

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



چگونه می توان تبعات تورمی افسار گسیخته تک نرخی کردن ارز را کاهش داد؟

راهکارهایی برای جلوگیری از افزایش نرخ ارز

نخستین گامها برای حذف ارز مبادلاتی برداشته شده و برخی نوسانات بازار ارز منجر به آن...

احیای رویکرد همزیستی تجارت و سیاست در دولت دوازدهم

راهبرد دیپلماسی برای رونق اقتصادی

«محمدجواد ظریف» در نخستین گفتگو پس از اخذ رأی اعتماد مجلس به عنوان وزیر امور خارجه دولت دوازدهم، از راهاندازی معاونت اقتصادی در این وزارتخانه خبر داد. ظریف آن زمان گفت: در زمینه صادرات بر صادرات کالاهای غیر نفتی، خدمات فنی و مهندسی و نیروی کار تاکید می کنیم تا این صادرات مانعی برای تحریم دوباره ایران نباشد. در بخش واردات نیز به واردات سرمایه های ایرانیان خارج از کشور و جذب سرمایه گذاری خارجی، جذب فناوری و واردات گردشگر در زمینه های فرهنگی و سلامت توجه ویژه ای کرده ایم. به گفته...

۳

اصلاح ۳۳ واحدی شاخص بورس در نخستین روز مهرماه

شروع پاییزی حافظ

۵



مدیریت و کسب و کار



گام بزرگ فیس بوک برای شفاف سازی آگهی های سیاسی

- تأثیر رقابت در کسب و کار
- جملات مخرب در محیط کار
- ۳ مشکل اساسی کسب و کارها در بازار بانی دیجیتال
- چگونه از پیله امن شبکه های اجتماعی رها شویم
- چطور از رنگها به نفع خودمان استفاده کنیم
- نگارش مطالب روابط عمومی

۸ تا ۱۶

نقش خصوصی سازی در ارتقای سطح کیفی خودروهای داخلی

۷

یادداشت

سرمایه ها چگونه بین بازارها جابه جایی شوند؟



یک تصور عمومی در بین آحاد مردم و حتی برخی کارشناسان اقتصادی وجود دارد که بازارهای سرمایه گذاری همانند ظروف مرتبطه است و سرمایه همواره به صورت سیال در حال حرکت از بازاری به بازار دیگر است. به دلیل همین منطق ساده است که تصور می شود وقتی سود یک بازار سرمایه گذاری کاهش می یابد، سرمایه ها «حتماً» به بازارهای دیگر منتقل می شود. از همین رو است که همواره با کاهش نرخ سود در شبکه...

یادداشت

تغییر قوانین، موتور محرک اقتصاد نیست



در سال ۹۶ به عنوان نخستین سال اجرای برنامه ششم توسعه، دولت موظف به اجرای قوانین برنامه توسعه در حوزه صادراتی بود تا این...



سازمان توانمند ایم لطف خدا بوده است

حرکت پایدار در مسیر موفقیت



بانک برتر ایران، برای سومین سال متوالی، بر اساس ارزیابی مؤسسه معتبر یورومانی



مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰ www.bpi.ir



مدرسه عالی کسب و کار ماهان برگزار می کند:

تکمیل ظرفیت ۴۰ مین دوره ی دکتری حرفه ای کسب و کار

DBA in Strategy

توسعه کسب و کار و تحول سازمانی
با
ارتقاء مهارت های تحلیلی و تعالی نگرش رهبری

مخاطبین دوره عالی DBA استراتژی

مدیران عامل، اعضای هیأت مدیره و صاحبان کسب و کار، کارآفرینان، مدیران ارشد سازمان های متوسط و بزرگ

مزایای دوره عالی DBA استراتژی

- کسب مهارت های تصمیم گیری و تصمیم سازی در سطوح پیشرفته و همچنین دانش عمیق در زمینه مطالعات نظری و کاربردی
- ایجاد یک شبکه ارتباطی قوی با سایر مدیران حرفه ای کسب و کار
- توانایی بررسی چالش ها و فرصت های موجود در عرصه کسب و کار و ارائه راهکارهای کاربردی مدیریت
- کشف راه حل های نوین و کاربردی جهت حل مسائل سازمانی
- به کارگیری شیوه های تفکر بحرانی در سطح پیشرفته و کسب مهارت های ادراکی و تحلیلی
- ارائه گواهینامه مورد تأیید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با قابلیت ترجمه رسمی توسط قوه قضائیه
- امکان دریافت مدرک بین المللی دکترای Experiential DBA از دانشگاه بین المللی همکار با پرداخت هزینه های معادل سازی دوره
- عضویت افتخاری در Mahan Business Club و بهره مندی از شبکه ارتباطی رهبران کسب و کار



جهت کسب اطلاعات تخصصی و مشاوره با شماره ۰۲۱-۸۸۴۰۱۳۱۳ تماس حاصل فرمایید.
www.Mahanbs.com

یادداشت

سرمایه‌ها چگونه بین بازارها جابه‌جا می‌شوند؟



سیامک‌حسامی
کارشناس اقتصادی

یک تصور عمومی در بین آحاد مردم و حتی برخی کارشناسان اقتصادی وجود دارد که بازارهای سرمایه‌گذاری همانند ظروف مرتبته است و سرمایه همواره به‌صورت سیال در حال حرکت از بازاری به بازار دیگر است. به دلیل همین منطق ساده است که تصور می‌شود وقتی سود یک بازار سرمایه‌گذاری کاهش می‌یابد، سرمایه‌ها «حتماً» به بازارهای دیگر منتقل می‌شود. از همین رو است که همواره با کاهش نرخ سود در شبکه بانکی، بحث‌های فراوانی در بین عموم مردم و کارشناسان و فضای رسانه‌ای درباره مقاصد احتمالی سپرده‌ها پس از کاهش نرخ سود بانکی شکل می‌گیرد.

اما آیا سرمایه‌ها صرفاً با کاهش نرخ سود بازدهی در یک بازار سرمایه‌گذاری همانند بازار سپرده‌های بانکی از آن بازار مهاجرت می‌کنند؟ و در این صورت، کدام بازارها می‌توانند مقاصد مطمئن برای سرمایه‌های خارج شده از بانک‌ها باشند؟

واقعیت این است که کاهش نرخ بازدهی در یک بازار صرفاً دلیلی برای مهاجرت سرمایه‌ها از یک بازار نیست. بازارهای سرمایه‌گذاری همانند ظروف مرتبته نیست که کاهش سود در یک بازار حتماً منجر به افزایش تقاضا برای دیگر بازارها شود؛ به بیان ساده، کاهش نرخ سود در شبکه بانکی کشور به تنهایی دلیلی برای مهاجرت بخشی از سرمایه‌ها به سمت بازارهای موازی همانند بازار سرمایه، بازار مسکن یا بازار طلا و ارز نیست. در شرایط واقعی، با کاهش نرخ سود یک بازار، بازارهای جایگزین باید سیگنال‌های اولیه از پتانسیل و امکان سودآوری بیشتر و جذابیت را به سرمایه‌گذاران نشان دهد تا بتوانند میزان بخشی از سرمایه‌های خارج شده از بازار دیگر باشد و تا زمانی که سیگنال‌هایی از رشد و امکان سودآوری بیشتر از مقصد کنونی سرمایه برای سرمایه‌گذاران ارسال نشود، حتی با وجود کاهش نرخ سود بازارها، الزاماً سرمایه‌ها از آن بازار همانند بازار سپرده‌های بانکی خارج نمی‌شود.

با همین مفهوم است که در شرایط فعلی، کاهش نرخ سود سپرده‌گذاری الزاماً دلیلی برای افزایش یکباره تقاضا مثلاً در بازار خریدوفروش مسکن و افزایش قیمت‌ها در این بازار نیست، زیرا بازار مسکن به دلیل موانع و ساختار خاص خود در شرایط فعلی، به‌رغم کاهش نرخ سود بانکی سیگنال‌های امکان و جذابیت میزبانی را برای سرمایه‌گذارانی که به دنبال خروج منابع خود از شبکه بانکی هستند، ارسال نمی‌کند و در نتیجه امکان شکل‌گیری یک موج فزاینده تقاضای سرمایه‌گذاری در این بازار بسیار ضعیف است.

با همین قاعده کاهش نرخ سود بانکی الزاماً به معنی خروج پول از شبکه بانکی نیست، باید تحولات بازارهای بورس، مسکن، ارز و طلا را جداگانه تحلیل کرد و دید آیا سیگنال‌هایی از رونق و سود بیشتر از بانک را طی ماه‌های آینده برای سرمایه‌گذاران ارسال می‌کند؟

ایمان‌ولی‌پور
ivankaramzof@yahoo.com

با اینکه قرار بود با اجرای آزمایشی طرح «حذف برچسب قیمت کالا» از ابتدای مهرماه امسال، بازار مصرف ایران وارد شوک بزرگی شود و بازار رقابتی در عرضه برخی کالاها شکل بگیرد، اما سرانجام همه منتقدان و رسانه‌ها باعث شد وزیر صنعت، معدن و تجارت اجرای آزمایشی این طرح را مسکوت گذارد و آن را به بررسی‌های بیشتر و دقیق‌تر منوط کند.

به گزارش «فرصت امروز»، طرح «حذف برچسب قیمت کالا» محصول روزهای آخر فعالیت محمدرضا نعمت‌زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت دولت یازدهم بود و او در روزهای آخر وزارتش بر آن بود تا با اجرای این طرح، منطق بازار برای قیمت‌گذاری کالاها تصمیم بگیرد؛ محصولات صنایع بیسکویت، شیرینی، کیک و شکلات، انواع چیپس و اسنک و محصولات صنایع سلولزی و بهداشتی از جمله گروه‌های کالایی مشمول این طرح بود و براساس زمان‌بندی در نظر گرفته شده قرار بود از ابتدای مهرماه، این گروه کالاها برچسب قیمت نداشته باشند.

از سوی دیگر، با پایان وزارت نعمت‌زاده و ورود محمد شریعتمداری به وزارت صنعت، معدن و تجارت در دولت دوازدهم، شریعتمداری در برابر طرحی قرار گرفت که موافقان و مخالفان زیادی داشت و از قضا همه منتظر بودند تا تصمیم او را بدانند؛ با این همه، او از همان ابتدا اعتقاد داشت که مصوبه «حذف برچسب قیمت کالا» ایراد دارد و باید اصلاح شود؛ «نه موافق و نه مخالف مصوبه حذف برچسب قیمت از برخی کالاها هستم. این مصوبه در دولت یازدهم و از سوی آقای نعمت‌زاده ابلاغ شده که محترم و لازم‌الاجراست، اما ایراداتی دارد که باید اصلاح شود.»

فراز و فرود دولت در نظام قیمت‌گذاری

گذاری تاریخی بر نظام قیمت‌گذاری کالا در ایران نشان می‌دهد که این موضوع، فراز و نشیب‌های بسیاری را در اقتصاد ایران پشت سر گذاشته است؛ به‌ویژه در دوران پس از انقلاب و جنگ هشت‌ساله، وظیفه قیمت‌گذاری برای طیف وسیعی از کالاها به مثابه رسالت و تکلیف بر دوش دولت بود و این امر به‌صورت دستوری تعیین می‌شد، اما با اجرای سیاست تعدیل ساختاری اقتصاد در سال‌های پس از پایان جنگ تا حدی این روند تغییر یافت و قیمت‌گذاری برخی کالاها به نظام بازار محول شد. البته به غیر از کالاها مهم و استراتژیک که همچنان قیمت‌گذاری آنها در دست دولت قرار داشت و همه تولیدکنندگان موظف بودند تا به درج قیمت روی محصولات خود اقدام کنند.

اما به‌طور کلی، نظام قیمت‌گذاری در اقتصاد ایران براساس سه گروه کالایی انجام می‌شود؛ گروه نخست، کالاها



که قیمت‌گذاری آنها به عهده دولت است و با مصوبه دولت تعیین می‌شود مثل قیمت گندم و آرد، گروه دوم، کالاها که قیمت‌گذاری آنها با تأیید مراجع قانونی مانند سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان انجام می‌شود مانند مواد شوینده، تجهیزات پزشکی، داروهای دام و طیور، شیرخشک و... گروه سوم اما کالاها هستند که مشمول مصوبه اخیر «حذف برچسب قیمت کالا» هستند، یعنی کالاها که قیمت‌گذاری آنها از سوی تولیدکننده انجام می‌شود و هیچ نهاد و مرجعی در قیمت‌گذاری این کالاها دخیل نیست مانند دستمال کاغذی.

موافقان و مخالفان طرح

با اینکه اجرای آزمایشی این طرح تنها شامل چند گروه کالایی محدود مانند برخی محصولات سلولزی و برخی گروه‌های غذایی بوده، اما مخالفت‌های انجام شده با این طرح چیپس و اسنک، بیسکویت‌ها و کنسروها بود، اما مخالفت‌های بسیاری با این طرح شد و از جمله منتقدان این طرح، خود تولیدکنندگان بوده‌اند. آنها اعتقاد دارند که اجرای این طرح مشکلات تولید را حل نمی‌کند، چراکه این موضوع، یک

آگهی ابلاغ اوراق مالیاتی

دریچه

«تودر تویی نهادی» مهم‌ترین عامل فساد اداری است

بالا بودن رتبه بیمار ایران در شفافیت اقتصادی به لحاظ شاخص ادراک فساد و میزان فساد اداری، موضوعی است که سال‌هاست اقتصاد ایران را درگیر کرده است. اگرچه این موضوع ریشه‌های قدیمی و کهن در نظام اداری و اقتصاد ایران دارد، اما هرچه این بیماری بیشتر در اقتصاد ایران بماند، هدف بزرگ جذب سرمایه‌های خارجی در راستای توسعه کشور به عقب می‌افتد، چراکه سرمایه‌گذار خارجی، نخستین ملاک خود برای سرمایه‌گذاری در یک کشور را شفافیت و امنیت قرار می‌دهد. در هشت سال دولت‌های نهم و دهم شاخص شفافیت در اقتصاد ایران براساس گزارش سازمان بین‌المللی شفافیت، بیش از ۲۰ پله سقوط کرد، اگرچه دولت یازدهم تلاش بسیاری برای بازگشت این رتبه به سطح کشورهای جهانی داشته است، اما موضوع فساد ریشه‌های قدیمی دارد و برای حل آن، نیاز است که ابتدا ریشه‌ها خشکیده شود. در همین زمینه، علی دینی ترکمانی، استادیار پژوهشکده بازرگانی معتقد است که «تودر تویی نهادی» عامل اصلی فساد در بخش‌های اداری کشور است. او در گفت‌وگو با خبرنگاران بر این باور است که «برای مقابله با فساد و ایجاد شفافیت در اقتصاد لازم نیست قوه مجریه کوچک شود، بلکه مراکز قدرت و تصمیم‌گیری حتی در سیستم نظارتی باید کمتر شوند.»

دینی‌ترکمانی درباره دولتی بودن اقتصاد ایران و نقش آن در گسترش فساد گفت: «فرضیه‌ای در چارچوب مکتب اقتصادی «انتخاب عمومی» مطرح می‌شود و باور دارد که دولتی بودن اقتصاد منجر به رانت‌جویی می‌شود. این مکتب معتقد است مقام‌های دولتی هم مانند بقیه مردم هستند و همانطور که مردم به دنبال بیشتر کردن منافع خود هستند، آنها نیز به دنبال حداکثر منافع‌شان هستند. وقتی تشکیلات دولتی بیش از اندازه گسترش یابد، مقامات می‌توانند از امکانات خود در افزایش منافع‌شان استفاده کنند. بنابراین توصیه سیاستی این مکتب، کوچک شدن و محدود شدن تشکیلات دولتی است. با محدودیت تشکیلات، رانت‌جویی که همان فساد است نیز کمتر خواهد شد. رانت یعنی استفاده از امکانات دولتی در جهت حداکثرسازی منافع شخصی.»

استادیار پژوهشکده بازرگانی ادامه داد: «با این حال، این دیدگاه واقع‌بینانه نیست، چون توجهی به سازمان درونی دولت ندارد. ما می‌توانیم دو اقتصاد مشابه از نظر بوروکراسی اما از نظر فساد متفاوت را در نظر بگیریم. کشورهای اسکاندیناوی و ژاپن هر دو دولت‌های رفاهی و بزرگ دارند، اما از نظر فساد در رتبه‌بندی‌های جهانی سالم‌تر از دیگر کشورها هستند. دلیل آن است که نظام اداری این کشورها از افرادی منتخب با معیارهای شایسته‌سالارانه تشکیل شده است. لذا هرم نیروی انسانی این کشورها از افراد با قابلیت‌های فنی و تخصصی بسیار بالا ساخته شده که خود را به‌راحتی درگیر فساد نمی‌کنند. غیر از این حالت نمی‌توان توضیح داد که چرا در ژاپن بعد از زلزله دانشمندان هسته‌ای جان خود را به خطر می‌اندازند و در نیروگاه‌ها می‌مانند.»

اتفاق جزئی در نظام تولید و توزیع به شمار می‌رود و باید به مشکلات اساسی‌تر توجه کرد. در سوی مقابل، برخی دیگر از منتقدان به حقوق مصرف‌کنندگان توجه می‌کنند و اعتقاد دارند در صورتی که قیمت از روی کالا حذف شود، فضای غیرشفاف ایجاد می‌شود و برخی سودجویان، از اعتماد مشتریان سوءاستفاده می‌کنند.

اما موافقان چنین نظری ندارند؛ آنها می‌گویند «حذف برچسب قیمت کالا» باعث رقابتی‌تر شدن تولید و عرضه می‌شود و با این اتفاق، مردم انتخاب می‌کنند که از کجا کالاها را ارزان‌تر و باکیفیت‌تری خریداری کنند. بر همین اساس، تولیدکنندگان نیز کیفیت را ارتقا می‌دهند و تلاش می‌کنند قیمت تمام‌شده کالا را کاهش دهند.

نقش مصرف‌کننده به‌عنوان تعیین‌کننده رقابت در بازار

اما هرچه بود وزیر صنعت، معدن و تجارت دولت دوازدهم، اجرای آزمایشی «حذف برچسب قیمت کالا» را لغو و آن را به بررسی‌های دقیق‌تر موکول کرده است. این در حالی است که شریعتمداری پیش از دستور توقف اجرای آزمایشی طرح، در میانه شهریورماه با بخشنامه‌ای این طرح را تأیید کرده و گروه‌های مشمول آن را به ۱۱ گروه کالایی افزایش داده بود. این امر نشان می‌دهد که او موافق اجرای این طرح بوده، اما هجمه منتقدان و انتقادات رسانه‌ها باعث شده تا فعلاً اجرای آزمایشی آن را لغو کند.

بی‌تردید تصمیم وزارت صنعت، معدن و تجارت مبنی بر حذف قیمت‌گذاری از سوی تولیدکننده و سپردن این مسئولیت به توزیع‌کنندگان، آثار و پیامدهای محسوسی در اقتصاد ایران به دنبال خواهد داشت، بنابراین بدیهی است طرحی که در آخرین روزهای وزارت وزیر پیشین تدوین و ابلاغ شده شتاب‌زده باشد. از سوی دیگر، همانطور که اشاره شد، با اینکه اجرای آزمایشی این طرح تنها شامل چند گروه کالایی محدود مانند برخی محصولات سلولزی و برخی گروه‌های غذایی بوده، اما مخالفت‌های انجام شده با این طرح بیش از حد انتظار بوده است، چراکه قرار بوده این طرح برای کالاها غیراساسی سبک کالای خانوار اجرا شود و همین می‌توانست فتح بابی در اقتصاد ایران باشد تا نقش مصرف‌کننده به‌عنوان تعیین‌کننده رقابت در بازار پررنگ شود.

در اجرای ماده ۲۰۸ قانون مالیات‌های مستقیم مصوب بهمن ماه سال ۱۳۸۰ بدینوسیله برگ‌های تشخیص مالیاتی با مشخصات زیر به مودیان ذیربط ابلاغ می‌گردد تا ظرف مدت سی روز از تاریخ درج آگهی به اداره امور مالیاتی در نشانی مندرج مراجعه و نسبت به حل و فصل پرونده و تسویه حساب مالیاتی اقدام نمایند. در غیر اینصورت طبق موازین قانونی اقدام خواهد شد.

| ردیف | شماره پرونده | نام و نام خانوادگی مودی | شماره شناسنامه - شماره ثبت | شماره صدور برگ تشخیص | تاریخ صدور برگ تشخیص | منابع مالیاتی | عملکرد سال | درآمد یا ماخذ مشمول مالیات | اصل مالیات | شماره واحد مالیاتی | نشانی اداره مالیاتی |
|------|--------------|--------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|---------------|------------|----------------------------|-------------|--------------------|--|
| ۱ | ۱۵۰ | مصطفی محمدپور اسب فروشان | * | ۶۳۷ | ۱۳۹۶،۰۴،۲۵ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۱،۴۱۹،۴۹۰،۳۸۰ | ۴۲۷،۳۲۴،۸۱۰ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |
| ۲ | ۱۵۱ | حمدااله رضایی | * | ۱۳۴۹ | ۱۳۹۶،۰۴،۳۱ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۴۵،۵۵۵،۵۶۰ | ۷،۶۰۲،۰۰۰ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |
| ۳ | ۱۵۲ | محمدپناهی | * | ۱۱۸۱ | ۱۳۹۶،۰۴،۳۱ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۲۰،۳۷۸،۲۰۴ | ۳،۰۵۳،۶۷۰ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |
| ۴ | ۱۵۳ | پیمان افسرده | * | ۱۳۵۱ | ۱۳۹۶،۰۴،۳۱ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۴۵،۲۰۶،۱۱۰ | ۷،۵۳۲،۱۸۰ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |
| ۵ | ۱۵۴ | روح اله شبانی | * | ۱۱۸۳ | ۱۳۹۶،۰۴،۳۱ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۱۰،۴۶۴،۷۵۰ | ۱،۵۶۸،۱۴۰ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |
| ۶ | ۲۱۸ | علی چوپانی | * | ۱۲۷۰ | ۱۳۹۶،۰۴،۳۱ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۳،۸۴۷،۰۵۹ | ۵۷۷،۰۵۹ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |
| ۷ | ۲۳۲ | حسین جوادی اقدم | * | ۱۳۵۳ | ۱۳۹۶،۰۴،۳۱ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۱۴،۵۳۷،۰۴۰ | ۲،۱۷۸،۳۸۰ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |
| ۸ | ۲۵۲ | حسین رستمی قشلاقی | * | ۱۳۵۵ | ۱۳۹۶،۰۴،۳۱ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۲۷،۲۷۱،۱۵۸ | ۴،۰۸۶،۵۸۰ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |
| ۹ | ۲۵۳ | محمد رضاشرفی فر | * | ۱۳۵۷ | ۱۳۹۶،۰۴،۳۱ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۸،۴۳۷،۰۶۵ | ۱،۳۶۴،۲۹۰ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |
| ۱۰ | ۲۵۴ | احمد محمدی | * | ۱۲۷۸ | ۱۳۹۶،۰۴،۳۱ | مشاغل | ۱۳۹۰ | ۷،۶۴۳،۶۴۲ | ۱،۱۴۶،۵۴۶ | ۳۶۸۰۱۱ | تهران - خ لاله زار نو کوچه امین زاده پلاک ۴۹ |

یادداشت



تغییر قوانین، موتور محرک اقتصاد نیست

محمد لاهوتی
رئیس کنفدراسیون صادرات ایران

در سال ۹۶ به عنوان نخستین سال اجرای برنامه ششم توسعه، دولت موظف به اجرای قوانین برنامه توسعه در حوزه صادراتی بود تا این جاده برای تولیدات صادراتی هموار شود. براساس این قانون، دولت مکلف به اجرای ضریب صفر مالیاتی برای صادرات به جای معافیت مالیاتی «در برنامه پنجم توسعه» بوده و از طرف دیگر مستثنا شدن صادرات مواد خام در دستور کار قرار گرفته است. طبق قانون، ۲۰ درصد معافیت مالیاتی به صادرات مواد خام تعلق گرفته و ۸۰ درصد دیگر نیز مشمول پرداخت مالیات می‌شوند تا با ایجاد انگیزه بین تولیدکنندگان، تولیدات صادراتی افزایش یافته و با ایجاد ارزش افزوده بر این نوع کالاها، درآمدزایی مناسبی عاید کشور شود. بهره‌گیری از تخفیف‌ها و مشوق‌های صادراتی منوط به افزایش همزمان زیرساخت‌های صادراتی است. تا زمانی که مشکلات زیرساختی و ساختاری حاکم بر تولید و صادرات برطرف نشود و سطح سرمایه‌گذاری‌ها در بخش‌های مختلف فرآوری کالاهای خام افزایش پیدا نکند، همچنین قیمت تمام‌شده مواد خام و کالاهای اولیه برای تولید همچنان بالا و غیرقابل‌تواند طبیعی است که وضع قوانین جدید نمی‌تواند منجر به افزایش انگیزه تولیدکننده و رشد ارزش افزوده در کشور شود. وضع قوانین جدید حتی بر کالاهای تولید داخل هم تأثیر چندانی ندارد. وضع قانون عوارض بر صادرات یا اخذ مالیات از بخشی از کالاهای صادراتی در شرایط کنونی نمی‌تواند خیلی در رشد ارزش افزوده نقش آفرین باشد. تأثیر گذاری رفع مشکلات زیرساختی و ساختاری در اقتصاد همانند نرخ ارز، سیستم حمل‌ونقل، روابط بانکی، سهولت ورود سرمایه‌گذار، پیش‌بینی‌پذیری آینده بازار و... در کنار قوانین جدید «قانون برنامه ششم» می‌تواند به تولیدکننده این انگیزه را تزریق کند که کالایی با ارزش افزوده تولید کند، در غیر این صورت وضع عوارض بر صادرات یا گرفتن مالیات از بخشی از کالاهای صادراتی، نمی‌تواند در افزایش ارزش افزوده اقتصاد ایران کمک چندانی را داشته باشد.

صنعت



۱۳ هزار طرح صنعتی با پیشرفت بالای ۵۰ درصد فعال است

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران با بیان اینکه بیش از ۱۳ هزار طرح صنعتی با پیشرفت بالای ۵۰ درصد در کشور فعال است، گفت: با افتتاح این طرح‌ها بالغ بر ۴۴۴ هزار نفر اشتغال جدید ایجاد می‌شود. علی‌بزدانی گفت: در حال حاضر بیش از ۴۹ هزار جواز تأسیس در کشور به‌عنوان طرح صنعتی صادر شده و فعال است. وی ادامه داد: در کل کشور ۸۴ هزار و ۹۵۶ واحد صنعتی دارای پروانه بهره‌برداری فعال است. وی ادامه داد: در حال حاضر ۷۰ هزار و ۵۲۱ قرارداد با سرمایه‌گذاران در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور منعقد شده است.

روایت جهانی از رشد فولاد ایران

آخرین گزارش انجمن جهانی فولاد حکایت از رشد ۱۵ درصدی تولید این محصول در هشت ماهه سال میلادی جاری و ماه آگوست دارد. آمارهای آخرین گزارش انجمن جهانی فولاد نشان می‌دهد که رشد فولاد ایران در سال جاری ادامه دارد و توانسته است در هشت ماه گذشته تولید خود را نسبت به زمان مشابه در سال قبل ۱۵.۷ درصد افزایش دهد که بر این اساس در هشت ماه یعنی تا پایان ماه آگوست سال ۲۰۱۷ ایران ۱۳ میلیون و ۴۴۷ هزار تن فولاد خام تولید کرده که این مقدار زمان مشابه در سال ۲۰۱۶ میلادی ۱۱ میلیون و ۶۲۱ هزار تن بود. همچنین این گزارش نشان می‌دهد که خاورمیانه در هشت ماهه اول امسال در مجموع ۲۰ میلیون و ۷۹۰ هزار تن فولاد داشته که بیش از ۵۰ درصد آن سهم ایران بوده است. به گزارش ایسنا، اطلاعات تولید ماهانه در این گزارش بیانگر این است که در ماه آگوست امسال، ایران یک میلیون و ۷۵۰ هزار تن فولاد خام تولید کرد که این مقدار ۱۵.۱ درصد رشد را نسبت به زمان مشابه سال قبل نشان می‌دهد، به‌طوری که این رقم در ماه آگوست ۲۰۱۶ معادل یک میلیون و ۵۲۰ هزار تن بود. در این گزارش آمده است که تمام کشورهای فولادساز جهان مجموعاً در هشت ماه اول ۲۰۱۷، یک میلیارد و ۱۲۱ میلیون و ۲۲۸ هزار تن فولاد خام تولید کردند که این رقم نسبت به سال قبل ۴.۹ درصد رشد داشته است. تولید کل فولاد اروپا در هشت ماهه اول سال ۱۱۲ میلیون و ۷۰۱ هزار تن و تولید کل فولاد آسیا ۷۷۶ میلیون و ۶۵۷ هزار تن بوده است که از این مقدار ۵۶۶ میلیون و ۴۰۵ هزار تن آن سهم چین است. همچنین میزان تولید ماه آگوست ۲۰۱۷ فولاد در جهان نسبت به سال ۲۰۱۶ افزایش ۶.۳ درصدی داشته است.

احیای رویکرد همزیستی تجارت و سیاست در دولت دوازدهم

راهبرد دیپلماسی برای رونق اقتصادی



مشترک) رسید و اکنون باید برای تأمین «به‌عین» برجام کوشید. عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران تأکید می‌کند که برای افزایش تولید و اشتغال باید جایی برای ارتقای روابط خارجی و جذب سرمایه دیگر کشورها باز کرد.

فرصتهایی برای اقتصاد ایران
در دولت دوازدهم با توجه به توافق برجام انتظار می‌رود فرصت‌های زیادی پیش پای اقتصاد ایران قرار گیرد تا در دوران پس‌برجام تجارت بین‌المللی با دیگر کشورهای جهان را ارتقا دهد و از این راه منافع ملی بیشتری را نصیب کشور کند. شاید به همین دلیل و با هم‌نظران نگاه، رئیس‌جمهوری بارها از ظرفیت‌های گسترده استراتژیک برای افزایش ارتباطات اقتصادی با کشورهای مختلف دنیا فراهم آورد. با این همه، به نظر می‌رسد با توجه به تجربه‌های پیشین مشکل‌یابی، ارزیابی شرایط کنونی و نیازهای روز ضروری است. برای نمونه بسیاری از بازرگانان ایرانی از نخستین الزامات تجارت بین‌المللی برخوردار نیستند و سودآوری آنی را به توسعه بازار و مناسبات ترجیح می‌دهند.

در این زمینه وزارت امور خارجه می‌تواند با سیاست‌گذاری مناسب، به بازرگانان بازارهای هر کشور و زمینه‌های مساعد برای توسعه مناسبات و جلب اعتماد مصرف‌کننده را معرفی کند. از سوی دیگر، ضروری است دست‌اندرکاران معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه با زیر و بم امر سرمایه‌گذاری و شیوه‌های جذب سرمایه‌گذاران به طور کامل آشنا باشند تا در این زمینه، بسترسازی درستی برای حرکت بازرگانان صورت گیرد.

است اما فعالیت کردن بخش اقتصادی در وزارت امور خارجه باعث همپوشانی، اختلاف‌نظر یا موازی‌کاری می‌شود. وی که آن زمان معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و همچنین رئیس سازمان توسعه تجارت ایران بود، در نشست هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران اضافه کرد: اتاق بازرگانی و وزارت صنعت مسئولیت توسعه اقتصادی و تجاری کشور را برعهده دارند و بنده برداشت می‌کنم آنچه در وزارت امور خارجه صورت می‌گیرد و همکاری‌هایی که وجود دارد اگر به سمت معاونت اقتصادی برود امکان خدشه در آن وجود دارد. یکی از دیپلمات‌های پیشین وزارت امور خارجه، نیز هجدهم مردادماه هدف از تغییر ساختار و ایجاد معاونت اقتصادی را «پاسخگویی به مسائل روز» و «دیپلماسی اقتصادی» عنوان کرد اما در عین حال تأکید کرد بخشی از نظر مخالفان این طرح درست است.

«علی‌اکبر فرازی» تصریح کرد: اگر این روال بر مبنای گذشته پیش برود، نتیجه‌ای نخواهد داد. چون در گذشته

مخالفان و موافقان
در این سال‌ها راه‌اندازی معاونت اقتصادی در وزارت امور خارجه بیش از آنکه در بیرون بدنه حاکمیتی با مقاومت همراه شود، با مخالفان سرسختی از خود دولت روبه‌رو شده و شاید این، مهم‌ترین مانع برای احیای این ساختار بود. برای نمونه، «ولی‌الله افخمی‌راد» که اکنون معاون اقتصادی و برنامه‌ریزی سازمان تأمین اجتماعی است، در این باره گفت: بسیاری از فعالیت‌هایی که امروز به انجام رسیده با حمایت وزارت امور خارجه

حمل‌ونقل ریلی



وزیر راه و شهرسازی:

شهرسازی ریل‌پایه در دستور کار است

عباس آخوندی، وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه تاکنون شهرسازی در ایران، خودرومحور بوده است، گفت: شهرسازی ریل‌پایه در دستور کار این وزارتخانه قرار گرفته است که برای اجرای آن باید دو دهه تلاش کرد. به گزارش «فرصت امروز» از پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، عباس آخوندی در جمع خبرنگاران اظهار داشت: از طریق شهرسازی ریل‌پایه میزان دسترسی، ایمنی و آرامش روانی بهتر می‌شود. عضو کابینه دولت دوازدهم با اشاره به بحث نوسازی ناوگان در حمل‌ونقل بیان داشت: بخشی از حمل‌ونقل که مربوط به کلاس‌های می‌شود، حمل‌ونقل حومه‌ای است. به‌طور مثال، روزانه حدود یک میلیون و ۲۰۰ هزار نفر از حومه به شهر تهران سفر می‌کنند که ۹۸ درصد این سفرها با خودروی شخصی انجام می‌شود. وی افزود: این حجم از سفر با خودروی شخصی در وقت، آلودگی و تصادفات نقش قابل‌توجهی دارد. آخوندی به نقش حمل‌ونقل حومه‌ای ریلی در برنامه ششم اشاره کرد و گفت: امسال سال اول برنامه ششم است و برای توسعه حمل‌ونقل حومه‌ای ما به سرمایه‌گذاری در زیرساخت و ناوگان نیاز داریم. وزیر راه و شهرسازی جذب سرمایه‌گذاری بین‌المللی در بخش حمل‌ونقل را مهم دانست و گفت: طرح‌های ارائه‌شده از سوی وزارت راه و شهرسازی برای توسعه حمل‌ونقل ریلی حدود ۲۸ میلیارد دلار به سرمایه‌گذاری نیاز دارد که این عدد باید مورد توجه دولت و مجلس قرار گیرد. وزیر راه و شهرسازی یادآور شد: برای توسعه حمل‌ونقل ریلی باید صندوق توسعه ملی وارد این بحث شود که در برنامه ششم توسعه به آن توجه شده است.

نفت



مسکو: صادرات نفت ایران به روسیه به‌زودی آغاز می‌شود

روسیه اعلام کرد که صادرات نفت ایران به این کشور از طریق شرکت دولتی «پروم سربو ایلمپورت» روسی در برابر کالا در آینده نزدیک آغاز می‌شود. وزیر انرژی روسیه به تازگی اعلام کرد که ممکن است این کشور در یک ماه آینده واردات نفت از ایران را آغاز کند. وی پیش از این اعلام کرده بود که دو طرف برای عرضه روزانه ۱۰۰ هزار بشکه نفت ایران به روسیه به‌زودی به توافق دست خواهند یافت که ممکن است در قالب عرضه فیزیکی یا سوآپ (معاضه) انجام شود.

آیا پایان رکود مسکن فرا می‌رسد؟

بازار مسکن در دوره پیش‌رونق

بخش مسکن در آستانه پیش‌رونق تحت تأثیر پنج محرک جدید در فصل پسا‌جابه‌جایی احتمالاً وضعیت خود را نسبت به تابستان از نظر تعداد معاملات حفظ خواهد کرد. چشم‌انداز اقتصادی مناسب، تحریک تقاضا از طریق تسهیلات ارزان‌قیمت، نگرانی از رسیدن نرخ رشد قیمت مسکن به تورم عمومی، ارائه تخفیف از سوی مالکان واحدهای نوساز و برنامه دولت برای نوسازی بافت‌های ناکارآمد از جمله محرک‌های امیدوارکننده بازار مسکن در نیمه دوم ۱۳۹۶ خواهد بود. با توجه به متوسط بازدهی ۴۰ درصد بخش مسکن طی ۴۰ سال گذشته و تکمیل دوره رکود ۴۸ ماهه مسکن، رونق این بازار با ورود دو گروه سرمایه‌گذاران «سفته‌باز» و خریداران واقعی قوت گرفته است. در مردادماه سال جاری ۱۸ هزار معامله مسکن در شهر تهران انجام شد و احتمالاً در پاییز به دلیل پایان فصل جابه‌جایی با افت اندکی از نظر تعداد معاملات مواجه می‌شویم.

با اینکه قیمت مسکن در شهر تهران ۴۶۷ میلیون تومان است نرخ رشد آن هنوز ۱.۵ درصد پایین‌تر از نرخ تورم قرار دارد، اما رشد ۶.۲ درصدی قیمت مسکن شهر تهران نسبت به مدت مشابه سال قبل نشان می‌دهد که شرایط برای ورود سرمایه‌گذاران آینده‌نگر فراهم شده است. به گزارش ایسنا، گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد به دنبال خواب سرمایه طی چهار سال اخیر، برخی سازندگان واحدهای متوسط قیمت مجبور به ارائه تخفیف از ۵ تا ۲۰ درصد شده‌اند که می‌تواند در ورود تقاضای مایانه به بازار مسکن موثر باشد. از ابتدای سال ۱۳۹۶ بازار مسکن شهر تهران با چند ریزتوسان در بافت فرسوده، بخش املاک کوچک متراژ و ارزان‌قیمت نشانه‌های خروج غیرتورمی از رکود را این بار از جنوب شهر تهران بروز داده که پیشتاری منطقه ۱۲ به‌عنوان

در بردارنده بیشترین پلاک‌های بافت فرسوده در رشد متوسط قیمت مسکن با افزایش ۱۳ درصدی طی تیرماه نسبت به مدت مشابه سال قبل، افزایش ۵۶ درصدی پروانه‌های ساختمانی در مناطق ۱۱ و ۱۲ طی چهار ماه و رشد ۴۹ درصدی تقاضا برای خرید واحدهای ۱۶ تا ۲۰ سال مویید این مسئله است. با این حال تعداد معاملات بازار مسکن شهر تهران در تیرماه سال جاری کاهش ۲.۵ درصدی را نسبت به مدت مشابه سال قبل تجربه کرد.

حامد مظاهریان - معاون وزیر راه و شهرسازی - می‌گوید: چهار سال است که قیمت مسکن پایین‌تر از نرخ تورم بوده و خریداران واقعی خرید می‌کنند که خبر خوبی است. باید درصد افزایش قیمت مسکن را با تورم سالانه مقایسه کرد. اگر افزایش قیمت مسکن پایین‌تر از نرخ تورم باشد، نشان می‌دهد که این بازار خالی از دست سفته‌گران است و خریداران واقعی وارد این بازار شده‌اند که هم‌اکنون این‌گونه است. با توجه به اینکه افزایش قیمت ۵.۶ درصد و تورم حدود ۱۰ درصد است پس هنوز بازار مسکن سودده نیست. لذا کسی به این نتیجه نرسیده که پول را از بانک بیرون بیاورد و وارد بازار مسکن شود. با اینکه مسکن به دوره پیش‌رونق خود نزدیک می‌شود، کارشناسان معتقدند با توجه به عواملی همچون کاهش مهاجرت، اسکان جمعیت و مازاد ۴.۷ میلیون مسکن خالی و نیمه خالی در کشور، جهش قیمت مسکن بعید به نظر می‌رسد. حال حسام عقبایی - رئیس اتحادیه مشاوران املاک - معتقد است: نیمه دوم سال جاری پایان دوره رکود مسکن خواهد بود اما جهش قیمت نخواهیم داشت. پیش‌بینی من این است که افزایش قیمت مسکن در حد ۱۰ درصد متناسب با نرخ تورم اتفاق بیفتد.

توانتخاب می‌کنی...

حجم و قیمت و سرعت ارتباطات تو
آسیاتک، اپراتور برتر ارتباطات ثابت کشور۱۵۴۴
asiatech.irآسیاتک
اینترنت یک، آسیاتک

دارای مجوز FCP به شماره ۱۶-۹۴-۱۰۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

خبرنامه



رئیس بانک مرکزی:

سیستم بدون ربا در بانکداری اسلامی مانع ریسک‌های شدید می‌شود

رئیس بانک مرکزی می‌گوید سیستم بدون ربا در بانکداری اسلامی می‌تواند به‌عنوان یک محافظ برای تسهیل مبادلات مالی عمل کرده و از ریسک‌های شدید جلوگیری کند.

به گزارش «فرصت امروز»، ولی‌الله سیف در دومین روز برگزاری اجلاس رؤسای بانک مرکزی کشورهای عضو سازمان همکاری‌های اسلامی در بدروم ترکیه با تأکید بر اینکه توسعه و تعمیق مالی پیش‌شرط لازم برای دستیابی به رشد اقتصادی است، افزود: نظام‌های مالی با کارکردهایی نظیر کسب اطلاعات در مورد فرصت‌های سرمایه‌گذاری، نظارت بر سرمایه‌گذاری‌ها، توزیع ریسک، تجمیع پس‌اندازها و همچنین تسهیل مبادله کالاها و خدمات باعث کاهش هزینه‌های معاملاتی و بهبود تخصیص منابع و در نهایت رشد اقتصادی می‌شوند. وی ادامه داد: بر همین اساس، سیاست‌گذاران پولی و مالی و در رأس آن بانک‌های مرکزی به مقوله توسعه و تعمیق مالی و استفاده از ظرفیت‌های موجود در این حوزه به منظور تقویت رشد اقتصادی، توجه ویژه‌ای دارند. برگزاری اجلاس بانک‌های مرکزی و مقامات پولی کشورهای اسلامی و حضور کارشناسان صاحب‌نظران مالی می‌تواند فرصتی مغتنم برای طرح مباحث فنی و رفع مشکلات موجود باشد.

رئیس کل بانک مرکزی کشورمان خاطرنشان کرد: اگر چه توسعه مالی نقش پررنگی را در تقویت تامین مالی و دستیابی کشورها به رشد اقتصادی مناسب ایفا کرده است، لیکن تجربه بحران‌های مالی در دو دهه گذشته به خوبی گواه این است که توجه صرف به توسعه نظام مالی و غفلت از ریسک‌های موجود در این زمینه، می‌تواند منجر به بی‌ثباتی در نظام‌های مالی و سرایت بحران از بخش مالی به بخش واقعی و به تبع آن ایجاد هزینه‌های مالی، اجتماعی و سیاسی زیادی شود.

سیف ادامه داد: بر همین اساس پس از وقوع بحران‌های مالی جهانی، بانک‌های مرکزی علاوه بر حفظ ثبات پولی و کنترل تورم، در ایفای مأموریت‌های خود، بر پایش تحولات بازارهای مالی و حفظ ثبات مالی تمرکز ویژه‌ای داشته‌اند. از سوی دیگر، تجربه بحران مالی جهانی سال ۲۰۰۸ به افزایش چشمگیر قوانین و مقررات در حوزه مالی و پولی منجر شده است. نتیجه این رویکرد از طریق افزایش هزینه تجهیز سرمایه بانک‌ها، کاهش دامنه فعالیت و حذف خدمات با ریسک بالاتر بانک‌ها، به شکل کاهش خدمات‌دهی بانک‌های بزرگ در بازارهای کوچک و نوظهور نمود داشته است.

وی در ادامه گفت: به بیان دیگر، برقراری مقررات سخت‌گیرانه با هدف ایجاد ثبات در بازارهای مالی باعث شکل‌گیری روند نگران‌کننده‌ای به نام ریسک‌زدایی (de-risking) بانک‌ها شده که به معنای کاهش یا حذف روابط بانک‌های بزرگ با بانک‌های کوچک و کشورهای در حال توسعه است. حتی اگر به اصلاح این رویکرد در بلندمدت امیدوار باشیم، لیکن در میان‌مدت هزینه آن به‌صورت کاهش سطح دسترسی به نظام مالی توسط کشورهای در حال توسعه پرداخت می‌شود.

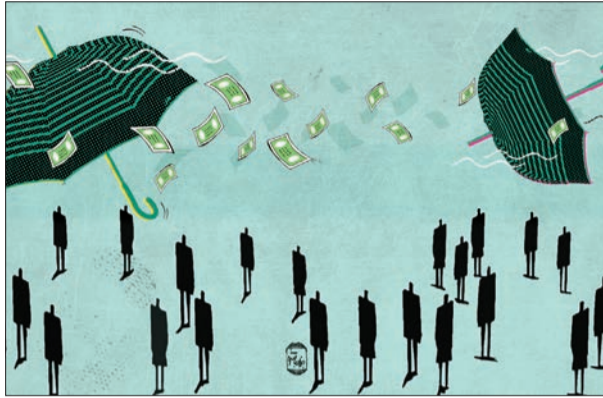
رئیس کل بانک مرکزی کشورمان با بیان اینکه با توجه به تهدیدات و بی‌ثباتی جریان‌های مالی در بازارهای مالی بین‌المللی به‌ویژه اقتصادهای توسعه‌یافته، تقویت روابط مالی چندجانبه و منطقه‌ای می‌تواند به‌عنوان یک استراتژی مناسب جهت تامین مالی پایدار و دستیابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار در سطح ملی و منطقه‌ای مورد توجه قرار گیرد، افزود: در چنین شرایطی نقش کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی به‌عنوان دومین سازمان بزرگ بین‌الدول (بعد از سازمان ملل متحد) جهت برقراری روابط مالی قوی و پایدار از نقش و اهمیت زیادی برخوردار است. دستیابی به این مهم با توجه به مشترکات فراوان فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و موقعیت مناسب جغرافیایی کشورهای عضو امکان‌پذیر بوده و می‌تواند افزایش جریان مبادلات و سرمایه‌گذاری‌های بین‌کشورهایی مزبور را به دنبال داشته باشد.

وی تأکید کرد: روابط مالی فی‌مابین می‌تواند از طریق توسعه همکاری‌های مالی و اقتصادی دو یا چند جانبه، گسترش روابط تجاری، ارتقای نظام‌های پرداخت، ایجاد نهادهای مالی و بانکی مشترک و نظایر آن، تقویت شود.

با توجه به مشترکات دینی، استفاده از ظرفیت‌های بانکداری اسلامی به‌عنوان بستری مشترک جهت تقویت روابط مالی و اقتصادی قابل طرح خواهد بود. استفاده از ظرفیت‌های موجود در این زمینه نه تنها از حیث تقویت تامین مالی و سرمایه‌گذاری‌های حیاز اهمیت است، بلکه حرکت در این مسیر ریسک‌های موجود به واسطه بروز بی‌ثباتی مالی را نیز به میزان زیادی کاهش خواهد داد. عملکرد بهتر بانک‌های اسلامی در مواجهه با بحران اخیر جهانی، توجه بسیاری را به سمت چگونگی و سازوکار این نوع از بانکداری جلب کرده است. سیف تصریح کرد: سیستم بدون ربا در بانکداری اسلامی می‌تواند به‌عنوان یک محافظ برای تسهیل مبادلات مالی عمل کرده و از ریسک‌های شدید جلوگیری کند.

چگونه می‌توان تبعات تورمی افسارگسیخته تک‌نرخی کردن ارز را کاهش داد؟

راهکارهایی برای جلوگیری از افزایش نرخ ارز



و بانکی به نقش آفرینی سفته‌بازان اشاره کرده و می‌گوید که دولت باید بتواند جلوی حملات و حمله‌های سفته‌بازان را بگیرد، در غیر این صورت فعالیت آنها می‌تواند به جهش نرخ ارز و به تبع آن افزایش تورم منجر شود. او البته به نقش آفرینی بانک مرکزی در این زمینه نیر اشاره کرد و گفت که گسترش روابط کارگزاری‌ها کمک خواهد کرد دولت بتواند اعتبار و تسهیلاتی را که از بانک‌های خارجی می‌گیرد استفاده کرده و بازار ارز داخلی را کنترل کند.

در این زمینه غلامرضا سلامی، اقتصاددان هم با اشاره به رابطه تورم با نرخ ارز می‌گوید: اگر بپذیریم که نرخ ارز در نتیجه فاصله تورم اقتصاد کشور با اقتصاد بین‌الملل تعیین می‌شود، دولت همچنان باید به سیاست‌های کاهش تورم خود ادامه دهد، که نرخ ارز در همین راستا افزایش چشمگیری نیابد تا به دنبال آن باز شاهد تبعات تورمی مضاعف نباشیم.

بانک مرکزی چه می‌کند؟

برای جلوگیری از جهش ارز، طبعاً یکی از اقدامات بانک مرکزی استفاده از ذخایر خود است. به زعم برخی کارشناسان، شاید بتوان اقداماتی از قبیل اعلام حذف گام به گام ارز مبادلاتی را نیز راهی دانست که بانک مرکزی برای مهار شوک در پیش گرفته است. با این حال نکته‌ای که در این میان اهمیت مضاعف دارد این است که مجموعه دولت چه اقداماتی در دستور کار دارد که توجه پول‌های سرگردان را به سوی بازار سرمایه و تولید بکشاند و مانع هجوم آنها به سمت بازار ارز و سایر بازارهای موازی شود؛ موضوعی که توفیق دولت در آن در میان مدت قابل بررسی است.

این همه با گذر کمتر از سه ماه پس از انتخابات، دولت بالاخره تصمیم گرفت به یکسری اصلاحات در حوزه بانکی دست بزند که یکی از آنها را می‌توان حذف ارز مسافرتی و استنارت برای حذف مبادلاتی دانست. این تصمیم توأمان بود با اقداماتی از قبیل کاهش نرخ سود بانکی و بیم هجوم پول‌های سرگردان به بازار ارز و البته فصل پرمبادله ارزی که تقاضا برای استفاده از ارز را بالا می‌برد. نتیجه آن شد که طبق پیش‌بینی‌ها قیمت ارز افزایش یافت و به بیش از ۲۹۰۰ تومان رسید.

بیم جهش تورم

به زعم بسیاری از کارشناسان اقتصادی در درستی سیاست تک‌نرخی شدن ارز تردیدی نیست ولو اگر تا حدی تورم‌زا باشد. همچنانکه گرچه تک‌نرخی شدن ارز در کوتاه‌مدت ممکن است تبعات تورمی بر اقتصاد تحمیل کند، ولی در بلندمدت جلوی مضرات دیگری را می‌گیرد که در گذشته گریبان اقتصاد ایران را گرفته بود. با این حال اقتصاددانان معتقدند دولت باید با برخوردی مسئولانه ابزارآلات

نخستین گام‌ها برای حذف ارز مبادلاتی برداشته شده و برخی نوسانات بازار ارز منجر به آن شده که بسیاری از کارشناسان نسبت به تبعات تورمی آن هشدار داده و به دولت و بانک مرکزی راهکارهایی ارائه کنند که مانع افزایش افسارگسیخته نرخ ارز شود. به گزارش ایسنا، در سال‌های گذشته عدم اقدام برای تک‌نرخی کردن ارز یکی از انتقاداتی بود که علیه رفتار اقتصادی دولت یازدهم مطرح می‌شد. اغلب کارشناسان اقتصادی انتقاد داشتند که دولت نباید در تک‌نرخی کردن ارز تعلل کند. به دلیل هزینه‌هایی که بر اقتصاد تحمیل می‌شود که در رأس آنها می‌توان به تقویت میل به رانت‌جویی و تضعیف بنیه صادراتی و افزایش میل به واردات اشاره کرد و مسئولان اقتصادی کشور و به‌ویژه رئیس کل بانک مرکزی نیز در چهار سال گذشته مدام در مقاطع زمانی مختلف برای اعلام ارز تک‌نرخ زمان تعیین می‌کردند. در عمل البته هیچ‌یک از زمان‌بندی‌های تعیین شده محقق نشد و پاسخ مسئولان دولتی به این موضوع هم عمدتاً خلاصه می‌شد در اینکه به لحاظ شرایط بازار ارز «وقت تک‌نرخ شدن ارز» فرا نرسیده است.

نمود این اتفاق به‌ویژه در انتهای سال ۱۳۹۵ قابل مشاهده است. وقتی مسئولان امر قول ارز تک‌نرخ تا پایان سال داده بودند، ولی به‌ظاهر به دلیل شوکی که از دی ماه تا پایان سال گریبان بازار ارز را گرفت و ارز تا ۴۰۰۰ تومان صعود کرد، دولت از تک‌نرخ کردن ارز منصرف شد.

این امر به‌ویژه از آن جهت قابل بررسی است که احتمالاً یکی از نگرانی‌های دولت تبعات تورمی چنین اقدامی بوده، موضوعی که ممکن بود در آستانه انتخابات دستاورد مهم اقتصادی دولت را مخدوش کند. با

نرخنامه

| عنوان | قیمت (تومان) | نوسان |
|---------------------|--------------|-------|
| مثقال طلا | ۵۲۱,۱۰۰ | ▲ |
| هر گرم طلای ۱۸ عیار | ۱۲۰,۳۰۴ | ▲ |
| سکه بهار آزادی | ۱,۲۰۳,۰۰۰ | ▲ |
| سکه طرح جدید | ۱,۲۳۸,۲۰۰ | ▲ |
| نیم سکه | ۶۳۳,۰۰۰ | ▼ |
| ربع سکه | ۳۵۲,۰۰۰ | ▲ |
| سکه گرمی | ۲۴۷,۰۰۰ | |

| نوع ارز | قیمت (تومان) | نوسان |
|-------------|--------------|-------|
| دلار آمریکا | ۳,۸۹۳ | ▲ |
| یورو اروپا | ۴,۷۰۹ | ▲ |
| پوند انگلیس | ۵,۲۵۸ | ▼ |
| درهم امارات | ۱,۰۷۱ | |

بانکنامه

امضای ۲ قرارداد تامین مالی خارجی با «ویربانک» اتریش و «دانسکه» دانمارک توسط بانک پاسارگاد

بانک پاسارگاد به همراه چند بانک دیگر ایرانی، دو قرارداد تامین مالی خارجی (فاینانس) را با بانک‌های «ویربانک» اتریش و «دانسکه» دانمارک به ترتیب به ارزش یک میلیارد یورو و ۵۰۰ میلیون یورو امضا کرد. این قراردادهای حضور سیداحمد عراقچی معاون ارزی بانک مرکزی، محمد خزاعی رئیس کل سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی، عبدالله مولایی سفیر جمهوری اسلامی ایران در اتریش، مدیران عامل و اعضای هیأت‌مدیره بانک‌های ایرانی منعقد شد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، قرارداد یک میلیارد یورویی ۱۴ بانک ایرانی از جمله بانک پاسارگاد، با «ویربانک» اتریش، نخستین قرارداد تامین مالی بانک‌های ایران با بانک‌های اروپایی پس از برجام به‌شمار می‌رود. «ویربانک» یک بانک منطقه‌ای در قلب اروپاست که در کشورهای همجوار اتریش نیز فعالیت دارد.

مشاوره سرمایه‌گذاری

هفته دفاع

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

مرکز آمار اعلام کرد
نرخ تورم ۸ درصدی در شهر یورماه



مرکز آمار ایران نرخ تورم کل کشور در شهر یورماه امسال را ۸ درصد، مناطق شهری ۷.۸ و مناطق روستایی را نیز ۸.۹ درصد اعلام کرد. به گزارش «فرصت امروز»، طبق اعلام مرکز آمار ایران، شاخص کل (بر مبنای ۱۰۰=۱۳۹۰) در شهر یورماه سال ۱۳۹۶ برای کل کشور، مناطق شهری و روستایی به ترتیب ۲۵۲.۷، ۲۴۹.۸ و ۲۴۴.۳ را نشان می‌دهد که نسبت به ماه قبل برای کل کشور بدون تغییر مانده است، در حالی که برای مناطق شهری ۰.۱ درصد افزایش و مناطق روستایی ۰.۶ درصد کاهش داشته است. ۱- افزایش شاخص کل نسبت به ماه مشابه سال قبل (تورم نقطه به نقطه) برای کل کشور، مناطق شهری و روستایی به ترتیب ۰.۱، ۰.۸ و ۰.۳ درصد است که نسبت به ماه قبل به ترتیب ۱.۶، ۱.۳ و ۲.۴ درصد کاهش نشان می‌دهد. شاخص گروه اصلی «خوراکی‌ها» در ماه مورد بررسی برای کل کشور، مناطق شهری و روستایی به ترتیب به عدد ۲۹۶.۶، ۲۹۸.۸ و ۲۹۱.۵ رسید که نسبت به ماه قبل به ترتیب ۱.۶، ۱.۳ و ۲.۴ درصد کاهش نشان می‌دهد. شاخص گروه اصلی «خوراکی‌ها» نسبت به ماه مشابه سال قبل برای کل کشور و مناطق روستایی ۱۰.۲ درصد و مناطق شهری ۱۰.۳ درصد افزایش نشان می‌دهد. نرخ تورم دوازده ماهه این گروه برای کل کشور و مناطق شهری ۱۱.۴ درصد و مناطق روستایی ۱۱.۵ درصد است. ۳- شاخص گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» در شهر یورماه ۱۳۹۶ برای کل کشور، مناطق شهری و روستایی به ترتیب به عدد ۲۳۴.۲، ۲۳۲.۳ و ۲۴۳.۶ رسید که نسبت به ماه قبل، این اطلاع برای کل کشور و مناطق شهری ۰.۷ درصد و مناطق روستایی ۰.۸ درصد افزایش داشته است. همچنین میزان افزایش شاخص گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» نسبت به ماه مشابه سال قبل برای کل کشور و مناطق شهری ۷.۱ درصد و مناطق روستایی ۶.۸ درصد بوده است. نرخ تورم دوازده ماهه منتهی به شهریورماه ۱۳۹۶ نسبت به دوره مشابه سال قبل، این اطلاع برای کل کشور و مناطق شهری ۰.۷ درصد و مناطق روستایی ۰.۸ درصد افزایش داشته است. همچنین میزان افزایش شاخص گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» نسبت به ماه مشابه سال قبل برای کل کشور و مناطق شهری ۶.۴ درصد و مناطق روستایی ۶.۳ درصد و مناطق روستایی ۶.۹ درصد است.



نشست تأمین مالی صنعت لیزینگ از طریق بازار سرمایه

نشست «تأمین مالی صنعت لیزینگ از طریق بازار سرمایه» با حضور مدیران شرکت‌های لیزینگ و انجمن ملی لیزینگ ایران در محل بورس اوراق بهادار تهران برگزار شد. طوبی دهقانی، مدیر ناشران با بیان مطلب فوق گفت: صنعت لیزینگ حدود ۲۰۰ سال است که در دنیا آغاز به کار کرده و توانسته به‌عنوان یک روش تأمین مالی مطرح جای خود را بین فعالان اقتصادی باز کند. وی تصریح کرد: لیزینگ‌ها در ایران از جمله موسسات مالی و اعتباری غیربانکی تحت نظارت بانک مرکزی هستند که با وجود حدود ۳۰ سال قدمت همچنان دوران معرفی و رشد را طی می‌کنند. چالش‌های تأمین مالی در صنعت لیزینگ و متعاقباً بالا رفتن نرخ در این صنعت از موانع مهم توسعه لیزینگ محسوب می‌شود. دهقانی به تأمین مالی از طریق اوراق خرید دین و اوراق منفعت اشاره کرد و گفت: محور اصلی بحث در این جلسه با توجه به ماهیت فعالیت صنعت لیزینگ، امکان تأمین مالی از طریق اوراق خرید دین و اوراق منفعت بود. وی توضیح داد: اوراق خرید دین اوراق بهادار بانامی است که به منظور خرید مطالبات مدت‌دار اشخاص حقوقی به استثنای مطالبات ناشی از عقد سلف منتشر می‌شود و اوراق منفعت اوراق بهادار بانامی است که نشان‌دهنده مالکیت مشاع دارنده آن بر مقدار معینی از منافع آتی حاصل از به‌کارگیری دارایی‌ها یا ارائه خدمات معین و هرگونه حقوق معین قابل نقل و انتقال برای یک دوره زمانی مشخص است. شایان ذکر است دستورالعمل انتشار اوراق خرید دین و دستورالعمل انتشار اوراق منفعت تیرماه امسال از سوی سازمان بورس و اوراق بهادار ابلاغ شده است.

بورس کالا

عرضه ۲۶۳ هزار تن گندم خوراکی در تالار محصولات کشاورزی

تالار معاملات تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران روز شنبه اول مهرماه، میزان عرضه ۲۶۳ هزار و ۷۵۰ تن گندم خوراکی بود. روز شنبه در این تالار ۴ هزار تن گندم دروم، ۳۰۰ تن شکر سفید، یک هزار تن شکر خام و ۶۷ هزار قطعه جوجه یک‌روزه عرضه شد. همچنین یک‌هزار و ۳۹۲ تن گندم خوراکی نیز در قالب طرح قیمت تضمینی در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد. تالار صادراتی بورس کالای ایران نیز شاهد عرضه یک‌هزار و ۵۰۰ تن قیر و عایق رطوبتی بود. علاوه بر این، ۱۷ هزار و ۳۲۷ تن مواد شیمیایی و مواد پلیمری در تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی عرضه شد. بازار فرعی بورس کالای ایران شاهد عرضه ۵۴ تن آنتیلین و متیلن دی‌فنیل دی‌ایزوسیانات و همچنین ۱۰۰ تن قند بود.

بورس انرژی

افزایش ۵۰ درصدی معاملات بازار فیزیکی بورس انرژی

بیش از ۴۴۰ میلیارد ریال در بازار فیزیکی بورس انرژی ایران طی شهریورماه سال جاری دادوستد شد که رشد ۵۰ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل را ثبت کرد. در آخرین روز معاملاتی شهریورماه ۹۶، کالاهای آیزوریسایکل پالایش نفت اصفهان و تهران و ریفرمیت پتروشیمی بوعلی سینا در رینگ داخلی و آیزوریسایکل و حلال ۴۰۴ پالایش نفت شیراز در رینگ بین‌الملل عرضه شدند. حجم کل معاملات صورت‌گرفته ۲،۵۴۵ تن و به ارزش بیش از ۳۶ میلیارد و ۴۵۳ میلیون ریال بود. هفته گذشته که آخرین هفته تابستان ۹۶ بود با معامله قریب به ۴۱ هزار تن انواع فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی به ارزشی بالغ بر ۶۰۲ میلیارد ریال به پایان رسید. گفتمنی است طی شهریورماه امسال بازار فیزیکی بورس انرژی ایران میزان معامله ۲۳۰ هزار تن انواع فرآورده‌های هیدروکربوری به ارزش ۴۴۰ میلیارد ریال بود که نسبت به مدت مشابه سال قبل (شهریورماه ۹۵) رشد ۵۰ درصدی را نشان می‌دهد. گفتمنی است طی نخستین روز کاری مهرماه، کالاهای گاز بوتان صنعتی، گاز پروپان صنعتی و گاز مایع صنعتی پتروشیمی بندر امام در رینگ داخلی عرضه شدند.

شرکت‌ها و مجامع

افزایش ۱۸۶ درصدی EPS «پترو»

شرکت سرمایه‌گذاری صنایع پتروشیمی پیش‌بینی درآمد هر سهم سال منتهی به پایان اردیبهشت ۹۷ را با سرمایه یک هزار و ۸۲۰ میلیون ریال به صورت حسابرسی شده منتشر کرد. شرکت سرمایه‌گذاری صنایع پتروشیمی پیش‌بینی درآمد هر سهم برای سال منتهی به پایان اردیبهشت سال ۹۷ را با سرمایه یک هزار و ۸۲۰ میلیون ریال مبلغ ۴۰۰ ریال به‌طور خالص پس از کسر مالیات اعلام کرد. این گزارش حاکی است این شرکت پیش‌بینی سود سال مالی منتهی به پایان اردیبهشت ۹۷ را در حالی ۴۰۰ ریال اعلام کرده بود که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۸۶ درصد رشد داشته است. شرکت سرمایه‌گذاری صنایع پتروشیمی برای سال مالی منتهی به پایان اردیبهشت ۹۶ به ازای هر سهم ۱۴ ریال سود پیش‌بینی کرده بود.

نماگر بازار سهام



بیشترین درصد افزایش

داده گستر عصر نوین در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که پتروشیمی شیراز در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

| نام شرکت | قیمت | درصد نوسان |
|----------|--------|------------|
| های وب | ۳۶۳۵ | ۵ |
| شیراز | ۲،۲۹۱ | ۴،۹۵ |
| کرمانشا | ۲،۷۲۱ | ۴،۷۳ |
| داسوه | ۱۶،۲۱۷ | ۴،۷ |
| کفرا | ۳،۵۵۳ | ۴،۶۲ |
| شپدیس | ۶،۳۴۴ | ۴،۶ |
| خاور | ۸۱۲ | ۴،۳۷ |

بیشترین درصد کاهش

سرمایه‌گذاری البرز صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. قند شیرین خراسان در رده دوم این گروه ایستاد. گروه صنعتی پاکشو هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

| نام شرکت | قیمت | درصد نوسان |
|----------|--------|------------|
| والیر | ۳،۱۴۴ | (۴،۹۶) |
| قنبرین | ۱۹،۸۳۴ | (۴،۹۵) |
| پاکشو | ۱۱،۳۴۵ | (۴،۹۴) |
| فروس | ۲۶۰۲ | (۴،۶۲) |
| کنور | ۲،۷۱۸ | (۴،۰۳) |
| فراور | ۱۲،۰۱۹ | (۳،۸۲) |
| ختراک | ۳،۳۲۱ | (۳،۵۲) |

پرمعامله ترین سهم

تولیدی چند سازان پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. ایران خودرو دیزل در رده دوم این گروه ایستاد. سایپا هم در رده های بالا قرار گرفت.

| نام | قیمت | تعداد دفعه |
|--------|------|------------|
| چدن | ۲۶۸۹ | ۶۹،۱۶۹ |
| خاور | ۸۱۲ | ۴۴،۱۷۹ |
| خسپا | ۱۱۷۷ | ۳۹،۴۷۷ |
| فولاد | ۱۹۹۷ | ۳۵،۸۸۵ |
| خزامیا | ۷۸۹ | ۲۴،۷۷۲ |
| شیراز | ۲۲۹۱ | ۲۴،۲۰۸ |
| وخارزم | ۸۱۷ | ۲۳،۰۵۳ |

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را تولیدی چند سازان به خود اختصاص داد. ایران خودرو رتبه دوم را به دست آورد. پتروشیمی شیراز هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

| نام | قیمت | جمع معاملات |
|-------|------|-------------|
| چدن | ۲۶۸۹ | ۱۸۶،۰۲۵ |
| خودرو | ۲۶۹۵ | ۵۷،۶۰۵ |
| شیراز | ۲۲۹۱ | ۵۵،۴۵۹ |
| فولاد | ۱۹۹۷ | ۵۱،۶۹۰ |
| خسپا | ۱۱۷۷ | ۴۶،۴۷۲ |
| خاور | ۸۱۲ | ۳۵،۸۹۴ |
| فایرا | ۱۶۲۱ | ۳۳،۰۵۲ |

بیشترین سهام معامله شده

تولیدی چند سازان در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که سایپا در این گروه دوم شد و ایران خودرو دیزل در رتبه سوم قرار گرفت.

| نام شرکت | قیمت | تعداد سهام معامله شده |
|----------|------|-----------------------|
| چدن | ۲۶۸۹ | ۵۶،۰۹۶ |
| خسپا | ۱۱۷۷ | ۲۸۶۶ |
| خاور | ۸۱۲ | ۲۱۵۰ |
| خودرو | ۲۶۹۵ | ۱۹۸۹ |
| خزامیا | ۷۸۹ | ۱۴۹۵ |
| خپارس | ۹۲۶ | ۱۳۶۵ |
| فولاد | ۱۹۹۷ | ۱۳۳۷ |

بالترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته لیزینگ سرمایه‌گذاری توسعه آذربایجان به دست آورد. داروسازی زاگرس فارمد پارس در جایگاه بعدی قرار گرفت.

| نام شرکت | قیمت | P/E |
|----------|------|-----|
| وآذر | ۴۹۷۳ | ۹۹۵ |
| ددام | ۴۹۳۸ | ۹۸۸ |
| کدما | ۱۶۱۹ | ۸۱۰ |
| خکمک | ۱۳۳۳ | ۶۶۶ |
| کحافظ | ۳۲۷۹ | ۶۵۶ |
| خمخور | ۲۴۳۴ | ۶۰۸ |
| شپارس | ۲۲۵۲ | ۵۶۳ |

کمترین نسبت P/E

روز گذشته شیشه و گاز در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه‌گذاری خوارزمی جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

| نام شرکت | قیمت | P/E |
|----------|------|------|
| ککاز | ۴۱۴۴ | ۱،۹۷ |
| وخارزم | ۸۱۷ | ۲،۱۸ |
| واعبار | ۱۴۷۳ | ۲،۲۳ |
| پردیس | ۱۰۹۹ | ۳،۲۹ |
| ما | ۱۵۶۰ | ۳،۴۶ |
| ویانک | ۱۸۵۵ | ۳،۵۷ |
| وصنعت | ۱۰۱۹ | ۳،۹۲ |

اصلاح ۳۳ واحدی شاخص کل بورس در نخستین روز مهرماه

شروع پاییزی حافظ



برمی‌دارند. روز شنبه در گروه پتروشیمی‌ها نیز تک سهم‌های اورساز این گروه با اقبال خریداران روبه‌رو شد. روز شنبه بازار سهام بازاری به نسبت پرچشم بود که زیر سایه معاملات درون‌گروهی سهامداران عمده فرصتی برای اصلاح کوتاه‌مدت قیمت سهام پس از پشت‌سر گذاشتن یک هفته پرجنب‌وجوش را یافته بود.

معاملات درون‌گروهی حقوقی‌ها زیر ذره‌بین

در نخستین روز معاملاتی هفته و در گروه فلزات اساسی، ۶۴ میلیون سهم به ارزش ۱۴ میلیون تومان مورد دادوستد قرار گرفت. در این گروه شاهد افت قیمت در اکثریت سهم‌ها بودیم. روز شنبه در بازار معاملات عمده بورس بیش از ۶۸۳ میلیون

سیدمحمدصدر الغروی
sadrulgharavi@journalist.com

پس از چند روز پیاپی رشد شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در شهریورماه، فعالان بازار سهام در نخستین روز مهرماه شاهد افت ۳۳ واحدی داماسنج بورس بودند. در معاملات نخستین روز هفته، نماد فولاد مبارکه اصفهان با ۷۲ واحد، نماد ملی صنایع مس ایران با ۶۷ واحد، نماد توسعه معادن و فلزات با ۳۶ واحد و نماد معدنی و صنعتی گل‌گهر با ۳۵ واحد کاهش، بیشترین تأثیر منفی را بر افت شاخص کل بورس داشتند. در مقابل نماد گسترش نفت و گاز پارسیان با ۵۵ واحد، نماد پتروشیمی پردیس با ۴۲ واحد و نماد ایران خودرو با ۳۸ واحد افزایش بیشترین تأثیر منفی را بر برآورد نماگر بورس تهران داشتند. ایفکس نیز روز شنبه با رشد ۵،۷ واحد روبه‌رو شد و تا رقم ۹۶۳ واحدی بالا رفت. همچنین ارزش معاملات فرابورس تهران به رقم ۴۱۶ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات رقم ۱۳۶ میلیون سهم و اوراق مالی را تجربه کرد.

بازار سهام زیر سایه معاملات درون‌گروهی

معامله‌گران بورس تهران در نخستین روز از فصل پاییز در حالی با معاملاتی متعادل در اغلب نمادهای معاملاتی مواجه بودند که لزوم اصلاح قیمت سهام در برخی نمادهای پیشرو باعث شد بازار در لاک استراحت موقت فرو رود. بر این اساس بازار سهام زیر سایه معاملات درون‌گروهی حقوقی‌های حامی شاخص کل بورس در حالی شاهد غلبه عرضه بر تقاضای سهام از سوی معامله‌گران اغلب حقیقی بود که تقویت تقاضا در گروه خودرویی‌ها باعث شد روندی متعادل بر کلیت معاملات بازار سهام حاکم شود. در این بین فرصت اصلاح کوتاه‌مدتی باعث تحرك برخی حقوقی‌ها برای جمع‌آوری سهام بود که همچنان با هدف بازسازی و استراتژی کوتاه‌مدت‌نگری در بازار سهام گام

یادداشت

بازار سهام مستعد رونق است

با کاهش سود سپرده‌ها و تداوم آن، بازار سهام مستعد رونق است، مخصوصاً وقتی که عملکرد شش‌ماهه شرکت‌ها اعلام شود. برآورد می‌شود عملکرد شش‌ماهه شرکت‌های بورسی و فرابورسی در سال جاری در مقایسه با مدت مشابه سال قبل و نیز عملکرد فصل دوم سال جاری (تابستان) نسبت به فصل اول (بهار) بهتر باشد. لذا فارغ از تحولات سیاسی و در صورت تثبیت قیمت‌های جاری مواد

نگاه

ارتقای امنیت سایبری در بازارهای سرمایه بین‌المللی

استقبال آیسکو از طرح جامع پیشنهادی بورس ایران

اوراق بهادار (IOSCO) در حالی دومین روز خود را سپری کرد که رئیس مرکز نظارت بر امنیت اطلاعات کنفرانس آیسکو خبر داد که براساس آن با ایجاد یک کمیته امنیت سایبری بین‌المللی در این سازمان، کشورهای عضو از استانداردهای یکسانی در این حوزه پیروی کنند. همچنین اعضای این کمیته پیشنهادی می‌توانند از تجربیات اعضا در مواجهه با مشکلات و ریسک‌های سایبری آگاه شوند و براساس آن اقدامات پیشگیرانه مؤثری انجام دهند. این مقام مسئول، استانداردهای ارزیابی، صدور گواهینامه‌های بین‌المللی امنیت اطلاعات و نظارت بر اجرای استانداردهای امنیت اطلاعات در بازار سرمایه و آموزش، فرهنگ‌سازی و آگاهی‌رسانی در حیطه امنیت سایبری در سطح بازارهای سرمایه را از جمله اهداف اساسی این کمیته عنوان و خاطرنشان کرد: با اجرایی شدن این طرح، می‌توان ریسک‌های بازارهای جهانی را شناسایی و به تناسب آن، استانداردهای لازم را ایجاد کرد. در انتهای همین نشست، به دلیل اهمیت موضوع و آینده‌نواورانه‌ای که توسط نمایندگان کشور جمهوری اسلامی ایران مطرح شد، به اتفاق آرا و



ارز شکل می‌گرفت که از آن یک نرخ تعادلی ارز حاصل می‌شد. با این اوصاف، حتی تشکیل بورس ارز بدون در نظر گرفتن نهادهای بازاری طرف عرضه و تقاضای ارز، مفید به فایده نخواهد بود. البته باید اثر تک‌نرخ شدن ارز را بر سایر متغیرهای اقتصاد نظیر نرخ سرمایه‌گذاری، صادرات و واردات، رونق صنایع و تورم نیز در نظر بگیریم.

منبع: سنا



عضو آیسکو باید از استانداردهای یکسانی در حوزه امنیت سایبری بازار سرمایه پیروی کنند. همچنین اعضای این کمیته پیشنهادی می‌توانند از تجربیات اعضا در مواجهه با مشکلات و ریسک‌های سایبری آگاه شوند و براساس آن اقدامات پیشگیرانه مؤثری انجام دهند. این مقام مسئول، استانداردهای ارزیابی، صدور گواهینامه‌های بین‌المللی امنیت اطلاعات و نظارت بر اجرای استانداردهای امنیت اطلاعات در بازار سرمایه و آموزش، فرهنگ‌سازی و آگاهی‌رسانی در حیطه امنیت سایبری در سطح بازارهای سرمایه را از جمله اهداف اساسی این کمیته عنوان و خاطرنشان کرد: با اجرایی شدن این طرح، می‌توان ریسک‌های بازارهای جهانی را شناسایی و به تناسب آن، استانداردهای لازم را ایجاد کرد. در انتهای همین نشست، به دلیل اهمیت موضوع و آینده‌نواورانه‌ای که توسط نمایندگان کشور جمهوری اسلامی ایران مطرح شد، به اتفاق آرا و

تلاش رئیس اوبر برای حفظ روحیه کارمندان



دارا خسروشاهی مدیرعامل اپرانی جدید اوپر با ارسال ایمیلی برای تمامی کارکنان این شرکت در لندن تلاش کرده به آنها روحیه دهد. این نامه‌نگاری پس از آن رخ می‌دهد که فعالیت اوپر در لندن و چندشهر دیگر انگلیس ممنوع اعلام شد. به گزارش فارس، در این نامه خسروشاهی کارمندان و رانندگان اوپر را خطاب قرار داده و نوشته: خیلی راحت است که تصور کنیم عدم تمدید مجوز فعالیت اوپر در لندن کار ناآعادانه‌ای است، اما واقعیت این است که سوشهرت هزینه بالایی دارد وی اذعان کرده آنچه مردم در مورد اوپر در ذهن دارند اهمیت زیادی دارد و لذا باید در همه زمینه‌ها یکپارچه و هماهنگ عمل کنیم. خسروشاهی افزوده که اوپر چنین کاری خواهد کرد و سطح همکاری‌های خود را در تمامی شهرهای فعال در آنها ارتقا خواهد بخشید.

نگاه

چرا باید در شرایط فعلی از کسب‌وکارهای نوپای داخلی حمایت کرد

نشانه‌های جنگ اقتصادی در منطقه و نقش استارت‌آپ‌ها در آن

کشورهای عربی حوزة خلیج‌فارس به شکل هشداردهنده‌ای از تمامی ظرفیت‌های خود برای تقویت اکوسیستم استارت‌آپی عربی و جذب سرمایه‌های میلیاردی استفاده می‌کنند؛ این اتفاق تلنگری برای ما می‌کشد تا استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری‌محور بزرگ ایجاد کنند و در بازار بین‌المللی رقابت استارت‌آپ‌ها عقب نمانند.

کشورهای عربی حاشیه خلیج‌فارس با جذب سرمایه‌های خارجی، به سبب نوپا، جذاب است که باوجود ثروت‌های عظیم نفتی، منطقه خاورمیانه تا امروز به این اندازه شاهد توجه به کسب‌وکارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) نبوده است. این توجه خاصی همزمان با فرآیند شدن استفاده از اینترنت و گوشی‌های هوشمند در منطقه صورت می‌پذیرد؛ موادی را در همین رابطه مرور می‌کنیم:

۱- تنها در طول یک سال گذشته در امارت متحده عربی میلیاردها دلار در استارت‌آپ‌های حوزه فناوری، سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه شده است.

۲- اخیراً «محمد العلیع»، سرمایه‌دار مشهور اماراتی در دومی اعلام کرده است که توانسته از سرمایه‌گذاران مختلف تا بیش از یک میلیارد دلار سرمایه برای سرمایه‌گذاری جورانه روی استارت‌آپ‌های حوزه فناوری جمع‌آوری کند.

۳- العلیع همچنین توانسته است حدود یک میلیارد دلار سرمایه از صندوق دارایی‌های سلطنتی عربستان برای پلتفرم فروشگاه آنلاین نون سرمایه جذب کند.

۴- «الشایع» که یک شرکت فروشگاهی زنجیره‌ای مشهور کویتی است، نیز یک میلیارد دلار در پلتفرم فروشگاه آنلاین نون سرمایه‌گذاری کرده است. فروشگاه‌های الشایع در بسیاری از کشورهای عربی، ترکیه و روسیه فعال هستند.

۵- از طرفی سال گذشته صندوق سرمایه‌گذاری عربستان اعلام کرد ۱٫۱ میلیارد دلار در شرکت‌های سرمایه‌گذاری جورانه، سرمایه‌گذاری کرده است.

۶- همچنین «عبدالرحمن ترازویی» عربستانی نیز که در سلیکون‌ولی و در گوگل مشغول به کار بوده است، سال گذشته به عربستان بازگشت تا ۱۰۰ میلیون دلار در شرکت «سودی تلکام» سرمایه‌گذاری کند.

۷- بسیاری از نخبگان عرب مشابه عبدالرحمن با استقبال بسیار خوب دولت و مردم کشورهای عربی به کشور خود برگشته و در حال سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های بزرگ در منطقه هستند.

در ادامه از مرور چند مطلب به بررسی اهمیت این موضوع می‌پردازیم

تا ببینیم چرا بهتر است به جای مانع‌تراشی، توجه و حمایت ملی از کسب‌وکارهای نوپا، شتاب‌دهنده‌ها و سرمایه‌گذاران جورانه داخلی داشته باشیم.

۱- **استارت‌آپ‌ها از مهم‌ترین عوامل پیشرفت در کشور**
درست مثل چندسال اخیر، نتایج اکونومیست در آخرین روزهای سال میلادی گذشته ویژه‌نامه‌ای را منتشر و در آن با کمک داده‌های کارشناسی، وضعیت اقتصادی «چهار در سال ۲۰۱۷» را پیش‌بینی کرده بود.

کسب‌وکار امروز



احتمال معرفی یک گوشی بدون حاشیه دیگر از شارپ

کمپانی شارپ پیش از شیائومی به تولید گوشی‌های هوشمند بدون حاشیه روی آورد. این سازنده پس از معرفی AQUOS S2 قرار است گوشی‌های بدون حاشیه دیگری هم تا آخر سال ۲۰۱۷ معرفی کند.

به گزارش جی‌سی ام، کمپانی شارپ روز گذشته نیز تبلیغاتی تازه‌ای مربوط به یکی از محصولات جدیدش منتشر کرد و GizChina شرکت دیگری اینچ بگبر، براسا اطلاعات موجود یک گوشی بدون حاشیه دیگر معرفی کرد البته این تصویر توسط حساب رسمی شارپ در وبسایت اجتماعی چینی Weibo منتشر شده و هنوز اطلاعات دقیقی درباره منبع آن در دست نیست. البته شارپ چندین پیش اعلام کرد که قصد دارد تا آخر سال ۲۰۱۷ چند گوشی بدون حاشیه مانند Aquos S2 که ماه گذشته رونمایی شده، معرفی کند. در این تصویر شاهد هستیم که گوشی‌های بدون حاشیه جدید این سازنده قرار است ابتدا در کشور چین معرفی شوند، اما جزئیات دیگری درباره نام و مشخصاتشان در این تیزر درج نشده است. البته حدس می‌زنیم گوشه‌های این گوشی‌ها مانند کمپور مذکور بدون زاویه و تا حدودی خمیده خواهد بود.

طراحی شوند. حاشیه‌های کناری صفحه نمایش در Aquos S2 هم رسیده‌اند و حاشیه بالا هم بسیار باریک طراحی شده اما حسگر سلفی در همین موقعیت تعبیه شده است. کمی حاشیه در قسمت پایین صفحه نمایش دیده می‌شود که دکنه فیزیکی هوم آیکسگر

گذشته نیز تبلیغاتی تازه‌ای مربوط به یکی از محصولات جدیدش منتشر کرد و GizChina شرکت دیگری اینچ بگبر، براسا اطلاعات موجود یک گوشی بدون حاشیه دیگر معرفی کرد البته این تصویر توسط حساب رسمی شارپ در وبسایت اجتماعی چینی Weibo منتشر شده و هنوز اطلاعات دقیقی درباره منبع آن در دست نیست. البته شارپ چندین پیش اعلام کرد که قصد دارد تا آخر سال ۲۰۱۷ چند گوشی بدون حاشیه مانند Aquos S2 که ماه گذشته رونمایی شده، معرفی کند. در این تصویر شاهد هستیم که گوشی‌های بدون حاشیه جدید این سازنده قرار است ابتدا وارد بازار چین شوند. گوشی‌های بدون حاشیه در واقع درباره نام و مشخصاتشان در این تیزر درج نشده است. البته حدس می‌زنیم محبوب شدن این ترند نخستین گوشی بدون حاشیه‌اش را معرفی کرده بود.

طراحی شوند. حاشیه‌های کناری صفحه نمایش در Aquos S2 هم رسیده‌اند و حاشیه بالا هم بسیار باریک طراحی شده اما حسگر سلفی در همین موقعیت تعبیه شده است. کمی حاشیه در قسمت پایین صفحه نمایش دیده می‌شود که دکنه فیزیکی هوم آیکسگر

گذشته نیز تبلیغاتی تازه‌ای مربوط به یکی از محصولات جدیدش منتشر کرد و GizChina شرکت دیگری اینچ بگبر، براسا اطلاعات موجود یک گوشی بدون حاشیه دیگر معرفی کرد البته این تصویر توسط حساب رسمی Weibo منتشر شده و هنوز اطلاعات دقیقی درباره منبع آن در دست نیست. البته شارپ چندین پیش اعلام کرد که قصد دارد تا آخر سال ۲۰۱۷ چند گوشی بدون حاشیه مانند Aquos S2 که ماه گذشته رونمایی شده، معرفی کند. در این تصویر شاهد هستیم که گوشی‌های بدون حاشیه جدید این سازنده قرار است ابتدا وارد بازار چین شوند. گوشی‌های بدون حاشیه در واقع درباره نام و مشخصاتشان در این تیزر درج نشده است. البته حدس می‌زنیم محبوب شدن این ترند نخستین گوشی بدون حاشیه‌اش را معرفی کرده بود.

سامسونگ در جمع ۵ شرکت تأثیرگذار آسیا

مجله آمریکایی فوربس که به تازگی ۱۰۰سالگی‌اش را جشن گرفته، لیستی از پنج برند تأثیرگذار آسیا را منتشر کرده که گروه سامسونگ نیز در این بین به چشم می‌خورد. به گزارش دیجیاتو، لیست فوربس همچنین شامل برندهای بی‌لب، سونی، تویوتا و بانک HDFC هندو نیز می‌شود. تمامی این برندها علاوه بر آسیا، در سایر نقاط دنیا نیز فعالیت می‌کنند.
سامسونگ به لطف بازار تراشه‌های NAND، چیپ‌های حافظه و اسمارت‌فون‌ها به سوده‌های فراوانی دست یافته است. گروه سامسونگ بسیاری از موفقیت‌های کنونی خود را مدیون ریاست «لی کن هی» (Lee Kun Hee) و نیز فرزند موسس این شرکت «لی بیونگ چول» (Lee Byung-chul) است.
سامسونگ به لطف بازار تراشه‌های NAND، چیپ‌های حافظه و اسمارت‌فون‌ها به تازگی رکورد جدیدی در سوده‌های ثبت کرده و انتظار می‌رود روند افزایشی درآمد سامسونگ در سه ماهه جاری میلادی نیز ادامه داشته باشد.

دریچه

تحصیلات یا تجربه؛ کدام یک مهم‌تر است؟

جوانی کار تماموقت داشته باشند. اگرچه این تصمیم نیز می‌تواند راهگشا باشد، اما فراموش نکنید که آموزش و یادگیری مهارت‌های جدید، برای مورد پیشینه‌های شما با شروع فصل مدارس و دانشگاه‌ها، بسیاری به این فکر می‌افتند که آیا داشتن تحصیلات دانشگاهی برای پیدا کردن شغل الزامی است؟ تحصیلات دانشگاهی در همه جای جهان فرایندی هزینه‌بر است و از طرفی، هیچ تضمینی وجود ندارد که فردی با مدرک دانشگاهی، شغلی مناسب پیدا کند. نکته مهم این است که شما برای جذب شدن در موفقیت‌های شغلی مناسب، به تجربه هم نیاز دارید. سوال اصلی این است که کدام‌یک از این موارد در دنیای تجارت مهم‌تر هستند؟

دانشگاه معتبر یک امتیاز مثبت است

تحصیل در یک دانشگاه معتبر و شناخته‌شده، در همه جای دنیا یک مزیت محسوب می‌شود. وقتی شما در دانشگاهی بزرگ تحصیل کنید و فارغ‌التحصیل شوید، در همان سال‌های تحصیل با فرصت‌های کارآموزی و شغلی متنوعی روبه‌رو خواهید شد. در بسیاری از دانشگاه‌های بزرگ جهان، فرصت استثنایی با دنیای کسب‌وکار، معرفی‌نامه به شرکت‌های معتبر و استناداتی که توانایی راهنمایی و آموزش شما برای استخدام در سازمان‌های بزرگ را دارند، در اختیار شما قرار می‌گیرند. نکته مهم دیگر این است که این روزها کسب مدارک دانشگاهی آسان شده و ظرفیت دانشگاه‌ها بقدری افزایش داشته که هر کسی به‌راحتی می‌تواند مدارک کارشناسی و حتی کارشناسی ارشد دریافت کند. در این میان افرادی که در دانشگاه‌های معتبر تحصیل کرده‌اند، مزیت‌های بیشتری دارند. در مقابل، افرادی هستند که تصمیم می‌گیرند بدون تحصیلات دانشگاهی، از ابتدای

تحصیل در یک دانشگاه معتبر و شناخته‌شده، در همه جای دنیا یک مزیت محسوب می‌شود. وقتی شما در دانشگاهی بزرگ تحصیل کنید و فارغ‌التحصیل شوید، در همان سال‌های تحصیل با فرصت‌های کارآموزی و شغلی متنوعی روبه‌رو خواهید شد. در بسیاری از دانشگاه‌های بزرگ جهان، فرصت استثنایی با دنیای کسب‌وکار، معرفی‌نامه به شرکت‌های معتبر و استناداتی که توانایی راهنمایی و آموزش شما برای استخدام در سازمان‌های بزرگ را دارند، در اختیار شما قرار می‌گیرند. نکته مهم دیگر این است که این روزها کسب مدارک دانشگاهی آسان شده و ظرفیت دانشگاه‌ها بقدری افزایش داشته که هر کسی به‌راحتی می‌تواند مدارک کارشناسی و حتی کارشناسی ارشد دریافت کند. در این میان افرادی که در دانشگاه‌های معتبر تحصیل کرده‌اند، مزیت‌های بیشتری دارند. در مقابل، افرادی هستند که تصمیم می‌گیرند بدون تحصیلات دانشگاهی، از ابتدای

جوانی کار تماموقت داشته باشند. اگرچه این تصمیم نیز می‌تواند راهگشا باشد، اما فراموش نکنید که آموزش و یادگیری مهارت‌های جدید، برای مورد پیشینه‌های شما با شروع فصل مدارس و دانشگاه‌ها، بسیاری به این فکر می‌افتند که آیا داشتن تحصیلات دانشگاهی برای پیدا کردن شغل الزامی است؟ تحصیلات دانشگاهی در همه جای جهان فرایندی هزینه‌بر است و از طرفی، هیچ تضمینی وجود ندارد که فردی با مدرک دانشگاهی، شغلی مناسب پیدا کند. نکته مهم این است که شما برای جذب شدن در موفقیت‌های شغلی مناسب، به تجربه هم نیاز دارید. سوال اصلی این است که شما برای جذب شدن در موفقیت‌های شغلی مناسب، به تجربه هم نیاز دارید. سوال اصلی این است که کدام‌یک از این موارد در دنیای تجارت مهم‌تر هستند؟

جوانی کار تماموقت داشته باشند. اگرچه این تصمیم نیز می‌تواند راهگشا باشد، اما فراموش نکنید که آموزش و یادگیری مهارت‌های جدید، برای مورد پیشینه‌های شما با شروع فصل مدارس و دانشگاه‌ها، بسیاری به این فکر می‌افتند که آیا داشتن تحصیلات دانشگاهی برای پیدا کردن شغل الزامی است؟ تحصیلات دانشگاهی در همه جای جهان فرایندی هزینه‌بر است و از طرفی، هیچ تضمینی وجود ندارد که فردی با مدرک دانشگاهی، شغلی مناسب پیدا کند. نکته مهم این است که شما برای جذب شدن در موفقیت‌های شغلی مناسب، به تجربه هم نیاز دارید. سوال اصلی این است که شما برای جذب شدن در موفقیت‌های شغلی مناسب، به تجربه هم نیاز دارید. سوال اصلی این است که کدام‌یک از این موارد در دنیای تجارت مهم‌تر هستند؟

سه راه بازیابی پس از شکست

بر موارد تحت کنترلتان تمرکز کنید

بعد از پذیرفتن موارد خارج از کنترل، حالا باید بر مواردی که تحت کنترل شماست، تمرکز کنید. خاتم ایلامالی که کارتان را معلق کرده، یا هر مورد دیگری که ممکن است در کسب‌وکار یا حتی زندگی شما پیش بیاید، به گزارش دیجیاتو، در ادامه سه نکته‌ای که به شما در بازیابی از شکست کمک می‌کند را بیان «اماندا ابلا» (Amanda Abella) متخصص امور مالی و نویسنده کتاب بر فروش «پول را به شیریینی بند کنید» (Make Money Your Honey) مطرح شده است.
شایان ذکر است که تمام این راهنمایی‌ها می‌تواند علاوه بر کسب‌وکار، در زندگی روزمره نیز کاربرد داشته باشد.

آن چه را که تحت کنترل تان نیست، بپذیرید

نخستین قدم در راه بازگشت از یک شکست، این است که آنچه را تحت کنترل شما نیست، بپذیرید. به‌عنوان مثال شما نمی‌توانید توفانی که موجب نابودی کسب‌وکارتان شده کنترل کنید. پس خشم طبیعت را بپذیرید. یا اگر در محل کارتان بر رفته و اینترنت در دسترس نیست و کاری از دست شما بر نمی‌آید، شرایط موجود را بپذیرید و پس از وصل شدن اینترنت، به کارتان ادامه دهید. در هر دو مثال ذکر شده، شما هیچ کاری از دستتان بر نمی‌آید. لذا به جای تراختی و استرس، به خود بگویید: «بگذار گذشتن زمان مسئله را حل کند!» این موجب می‌شود که کمتر احساس گناه کنید و وقتی که مشکلات حل شد، راحت‌تر و سریع‌تر به کار خود ادامه دهید.

هر کسی ممکن است در کسب‌وکار خود شکست بخورد؛ به‌عنوان مثال، توفانی که فروشگاه‌شما را خراب کرده، یعنی اینترنت که کارتان را معلق کرده، یا هر مورد دیگری که ممکن است در کسب‌وکار یا حتی زندگی شما پیش بیاید، به گزارش دیجیاتو، در ادامه سه نکته‌ای که به شما در بازیابی از شکست کمک می‌کند را بیان «اماندا ابلا» (Amanda Abella) متخصص امور مالی و نویسنده کتاب بر فروش «پول را به شیریینی بند کنید» (Make Money Your Honey) مطرح شده است.
شایان ذکر است که تمام این راهنمایی‌ها می‌تواند علاوه بر کسب‌وکار، در زندگی روزمره نیز کاربرد داشته باشد.

هر کسی ممکن است در کسب‌وکار خود شکست بخورد؛ به‌عنوان مثال، توفانی که فروشگاه‌شما را خراب کرده، یعنی اینترنت که کارتان را معلق کرده، یا هر مورد دیگری که ممکن است در کسب‌وکار یا حتی زندگی شما پیش بیاید، به گزارش دیجیاتو، در ادامه سه نکته‌ای که به شما در بازیابی از شکست کمک می‌کند را بیان «اماندا ابلا» (Amanda Abella) متخصص امور مالی و نویسنده کتاب بر فروش «پول را به شیریینی بند کنید» (Make Money Your Honey) مطرح شده است.
شایان ذکر است که تمام این راهنمایی‌ها می‌تواند علاوه بر کسب‌وکار، در زندگی روزمره نیز کاربرد داشته باشد.

هر کسی ممکن است در کسب‌وکار خود شکست بخورد؛ به‌عنوان مثال، توفانی که فروشگاه‌شما را خراب کرده، یعنی اینترنت که کارتان را معلق کرده، یا هر مورد دیگری که ممکن است در کسب‌وکار یا حتی زندگی شما پیش بیاید، به گزارش دیجیاتو، در ادامه سه نکته‌ای که به شما در بازیابی از شکست کمک می‌کند را بیان «اماندا ابلا» (Amanda Abella) متخصص امور مالی و نویسنده کتاب بر فروش «پول را به شیریینی بند کنید» (Make Money Your Honey) مطرح شده است.
شایان ذکر است که تمام این راهنمایی‌ها می‌تواند علاوه بر کسب‌وکار، در زندگی روزمره نیز کاربرد داشته باشد.

هر کسی ممکن است در کسب‌وکار خود شکست بخورد؛ به‌عنوان مثال، توفانی که فروشگاه‌شما را خراب کرده، یعنی اینترنت که کارتان را معلق کرده، یا هر مورد دیگری که ممکن است در کسب‌وکار یا حتی زندگی شما پیش بیاید، به گزارش دیجیاتو، در ادامه سه نکته‌ای که به شما در بازیابی از شکست کمک می‌کند را بیان «اماندا ابلا» (Amanda Abella) متخصص امور مالی و نویسنده کتاب بر فروش «پول را به شیریینی بند کنید» (Make Money Your Honey) مطرح شده است.
شایان ذکر است که تمام این راهنمایی‌ها می‌تواند علاوه بر کسب‌وکار، در زندگی روزمره نیز کاربرد داشته باشد.

هر کسی ممکن است در کسب‌وکار خود شکست بخورد؛ به‌عنوان مثال، توفانی که فروشگاه‌شما را خراب کرده، یعنی اینترنت که کارتان را معلق کرده، یا هر مورد دیگری که ممکن است در کسب‌وکار یا حتی زندگی شما پیش بیاید، به گزارش دیجیاتو، در ادامه سه نکته‌ای که به شما در بازیابی از شکست کمک می‌کند را بیان «اماندا ابلا» (Amanda Abella) متخصص امور مالی و نویسنده کتاب بر فروش «پول را به شیریینی بند کنید» (Make Money Your Honey) مطرح شده است.
شایان ذکر است که تمام این راهنمایی‌ها می‌تواند علاوه بر کسب‌وکار، در زندگی روزمره نیز کاربرد داشته باشد.



مبتنی بر دانش روز، در کنار تسویق و ترکیب متنوعی داخلی و نیز دانشگاهیان برای رفع نیازهای تحقیقاتی بخش خصوصی و ارائه طرح‌های با ظرفیت کارآفرینی از دیگر اهداف این مرکز نوآوری است.

^[1] ریس کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار جواهرات و سنگ‌های قیمتی از ایجاد مرکز نوآوری جواهرات در مشهد خبر داد و گفت: با توجه به اثرات این مرکز در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و خانگی به تدریج در استان‌های دارای ظرفیت سنگ‌های قیمتی وارداتری خواهد شد

^[2] به گزارش باشگاه خبرنگاران، صنعت و بازار جواهرات و سنگ‌های قیمتی در خصوص تدوین استاندارد، روش‌های آزمون و شناخت، ارائه استاندارد و تحقیقات صنعتی و استاندارد حقوق آموزش و فنی حرفه‌ای، گستر کات، برگزاری همایش‌های پیشرفته حوزه گهرشناسی و فعالیت‌های مستمر کانون هماهنگی دانش صنعت و بازار جواهرات و سنگ‌های قیمتی ایران زمینه‌ساز ورود نوآوری در این عرصه شده است

^[3] پیش‌بینی‌ها بیان اینکه با حمایت‌های معاونت تجاری‌سازی فناوری

نگارش مطالب روابط عمومی

اگرچه روابط عمومی (public relations) امری جدای از تبلیغات است، اما این دو در دل یکدیگر قرار دارند و اغلب از نویسندگان تبلیغات خواسته می‌شود که اطلاعیه‌های مطبوعاتی یا سایر مطالب روابط عمومی را نیز بنویسند. برای نویسنده‌ای که در نگارش متن‌های مؤثر و متقاعدکننده آموزش دیده است، نوشتن متن لطیف برای روابط عمومی، کاری است که باید به آن عادت کند. تبلیغات به‌طور مستقیم با خواننده در تماس است و با صراحت و بدون هیچ تظاهری درصدد جدا کردن خواننده از پول خود برمی‌آید. به گزارش هورموند، اطلاعیه مطبوعات برای سردبیران - و نه بخش‌های تبلیغاتی - فرستاده می‌شود، به این امید که سردبیران آن را در مجله‌ها یا مقاله‌های خود به چاپ برسانند. پس از فرستادن یک اطلاعیه، تسلطی روی زمان چاپ آن ندارید یا نمی‌توانید در چگونگی چاپ آن مداخله کنید و اصلاً نمی‌دانید که آیا چاپ خواهد شد یا نه؟

سردبیر می‌تواند اطلاعیه را به همان صورتی که هست چاپ کند یا آن را از نو بنویسد یا مطابق دلخواه خود آن را کوتاه کند یا اصلاً نادیده بگیرد. تنها دغدغه سردبیر، چاپ مجله یا روزنامه‌ای است که مملو از اخبار و اطلاعات جالب برای خوانندگان باشد. اگر اطلاعیه شما حاوی چنین اخبار و اطلاعاتی است به احتمال زیاد، سردبیر آن را چاپ خواهد کرد، اما اگر یک بازارگرمی تبلیغاتی است، سردبیر متوجه این نکته شده، آن را به داخل سطل زباله خواهد افکند.

کمپانی‌هایی که با فرآیند روابط عمومی چندان آشنا نیستند، از ما سؤال می‌پرسند: «آیا سردبیرها، اطلاعیه‌ها را چاپ می‌کنند؟» پاسخ مثبت است. پژوهشی روی مقالات مجله معتبر وال استریت ژورنال انجام گرفته است تا دریابند که چند درصد مطالب مجله از اطلاعیه‌ها شکل گرفته‌اند. این پژوهش نشان داده است که ۱۱ مطلب مختلف داخل مجله از اطلاعیه‌ها گرفته شده بود و تنها در ۳۰ درصد از این مطالب، متن‌هایی بود که توسط خیرنگاران افزوده شده بود. رقم دقیقی از تعداد اطلاعیه‌های فرستاده شده در سال، برای مطبوعات در دست نیست، اما حدس ما این است که می‌تواند سالانه صد هزار اطلاعیه و شاید میلیون‌ها اطلاعیه صادر کرده باشند.

یکی از دلایلی که ارسال اطلاعیه مورد توجه است، ارزان بودن آن است. برای چاپ یک اطلاعیه یک صفحه‌ای و ارسال آن به صدها سردبیر، به مبلغی کمتر از ۳۰ دلار نیاز است. اگر سردبیر اطلاعیه شما را به صورت مقاله کوتاهی در مجله چاپ کند، شما ناچار به پرداخت پولی برای فضای آگهی در مجله نخواهید بود. درحالی که هزینه چاپ یک آگهی با همان اندازه نیازمند صدها یا هزاران دلار است.

مهم‌تر از همه این است که کسب محبوبیت، بیش از چاپ آگهی‌های تبلیغاتی معتبر است. معمولاً افکار عمومی یا سه‌وظیفه تبلیغات را مشاهده می‌کنند، اما اغلب اوقات آنچه را که در مطبوعات می‌خوانند یا از طریق تلویزیون به گوش‌شان می‌رسد، قبول دارند. نکته‌ای که نمی‌دانند این است که اغلب اخباری که می‌خوانند یا می‌شنوند، از اطلاعیه‌های مطبوعاتی ناشی می‌شوند، اطلاعیه‌هایی که توسط همان شرکت‌هایی که به چاپ آگهی و تبلیغات می‌پردازند، صادر شده‌اند، اما هیچ تضمینی برای چاپ اطلاعیه‌ها در جراید وجود ندارد و حتی پس از چاپ نیز روشن نیست که آیا توجه عموم را به خود جلب خواهند کرد؟ پاره‌ای از اطلاعیه‌های نادیده گرفته شده، پاره‌ای دیگر نیز با نتایج موفقیت‌آمیزی روبه‌رو می‌شوند.

زمانی تولیدکننده یخ‌های بسته‌بندی شده، اطلاعیه‌ای برای جراید فرستاد و ادعا کرد که این یخ‌های بسته‌بندی شده از یخ‌های خانگی خالص‌تر و شفاف‌تر هستند. به‌زودی با سرپرست این کمپانی توسط حداقل ۲۵ سردبیر مختلف مصاحبه و در بیش از ۱۵ برنامه رادیویی تلویزیونی ظاهر شد. مجلات وال استریت ژورنال، نیویورک تایمز، لوس آنجلس تایمز، یونایتد پرس اینترنشنال و آسوشیتد پرس، همگی به چاپ داستان‌های مفصلی در مورد این پدیده تازه اقدام کردند. حق عضویت این اتحادیه تا ۱۰ درصد افزایش یافت و فروش آن به‌طور چشمگیری بالا رفت.

امروزه کمپانی‌ها هرچه بیشتر از روابط عمومی برای ارتقای سطح فروش کالا و خدمات خود استفاده می‌کنند، حتی حرفه‌ای‌هایی که با دیده حقارت به این پدیده می‌نگریستند (پزشکان، وکلای، آرشیتکت‌ها، مهندسان و مشاوران مدیریتی) نیز هم‌اکنون از این روش بهره‌گیری می‌کنند و در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی ظاهر می‌شوند. (آمار جدیدی که از ۵۲۳ عضو مجمع حقوقدانان آمریکا گرفته شده است، روشن کرده که ۲۰ درصد این وکلای از روابط عمومی برای ارتقای شغلی خود استفاده می‌کنند.)

چطور از رنگ‌ها به نفع خودمان استفاده کنیم



روان‌شناسی رنگ نقش بسیار مهمی در تبلیغات و بازاریابی دارد. به همین دلیل در این مقاله به نقل از سایت chetor درباره تأثیر رنگ در تبلیغات و استفاده هوشمندانه رنگ‌ها براساس اهداف بازاریابی نکاتی را خواهیم گفت.

هر استراتژی یا کسب‌وکار کوچک یا به‌طور کلی هر شرکتی که نیاز به بازاریابی و تبلیغات داشته باشد، باید بر مفاهیم تأثیر رنگ در تبلیغات مسلط شود. در بخش قبل به موضوع ادراک مغز از رنگ‌ها و اینکه چطور رنگ‌ها ما را مجبور به خرید می‌کنند پرداختیم، همچنین درباره ریشه فرهنگی رنگ‌ها صحبت کردیم.

رنگ‌هایی که افراد را به انجام عمل خاصی تحریک می‌کنند

در زمینه وب‌سایت‌ها، اینکه کدام رنگ بهترین اثر را بر کلیک کردن روی دکمه‌های فراخوانی برای اقدام (call-to-action) می‌گذارد،

سوالی است که در تحقیقات زیادی به آن پرداخته شده است، ولی نتایج این تحقیقات همسو نیستند. چیزی که در تمام تحقیقات به اثبات رسیده، این است که رنگ روی تصمیم به خرید اثر می‌گذارد. در مواردی نیز رنگ دکمه‌های سایت، بستگی به طراحی کلی سایت، برند و نوع کالا دارد. با این حال هنوز هم برخی قوانین می‌توانند بین همه کالاها با هر برندی که دارند، مشترک باشند.

رنگ دکمه‌های سایت باید قابل دیدن باشد، اما توی چشم نزنند. باید مکمل طراحی کلی سایت باشد، اما باید در جاهایی که لازم است تضاد ایجاد کند تا کاربران به‌راحتی بتوانند آن را پیدا کنند و سردرگم نشوند. دوم اینکه دکمه‌های سایت باید بزرگ، شفاف و ساده باشند و روی پس‌زمینه‌ای قرار بگیرند که حواس مخاطب به پس‌زمینه پرت نشود.

تحقیقات نشان می‌دهد سه رنگ اصلی زیر برای دکمه‌هایی با این کاربرد، جزو بهترین رنگ‌هایی هستند که بیشترین اثرگذاری را روی مخاطب دارند:

تبلیغات خلاق

رنگ قرمز: به‌راحتی دیده می‌شود، بین سایر طراحی‌های سایت به‌سادگی به چشم می‌آید و سبب ایجاد حس هیجان در کاربر می‌شود و به معنی اضطراب است.

رنگ سبز: رنگ آرامش‌بخش‌تری نسبت به قرمز است، گاهی کمک می‌کند برخی کاربران آرامش پیدا کنند تا بتوانند تصمیمی را که می‌خواهند بگیرند. این رنگ به‌خصوص در کسب‌وکارهایی که مرتبط با آرامش، روان‌شناسی یا محیط‌زیست هستند، جواب می‌دهد.

رنگ زرد / نارنجی: با گرمی، شادی و انجام عملی مشخص مرتبط است. اگر به سایت آمازون سر بزنید می‌بینید که چقدر هوشمندانه از این دو رنگ استفاده شده است.

۱، ۲، ۳. امتحان می‌کنم؛ رنگی که استفاده کردم درست کار می‌کند؟ تست کردن تنها راهی است که می‌تواند مشخص کند رنگ درستی را برای تبلیغات خود انتخاب کرده‌اید یا نه؟ تکرار روش‌های ارزیابی A/B یا Split می‌تواند تعیین کند که کدام رنگ‌ها بهترین اثرگذاری را برای حرفه شما دارند.

صبر داشته باشید و در هر بار تبلیغات فقط یک رنگ را آزمایش کنید تا بتوانید واقعا روی نتیجه به‌دست آمده تکیه کنید.

کاری که باید بکنید این است که اول از همه رنگ‌هایی که در فرهنگ مخاطبان شما معنی بدی دارند، حذف کنید. سپس مجموعه انتخاب‌های خود را با حذف رنگ‌هایی که به برند شما مرتبط نیستند، محدود کنید. بعد باید یک رنگ را در مقابل رنگی دیگر تست کنید و مثل جام حذفی تا جایی پیش بروید که بتوانید بهترین رنگ را برنده اعلام کنید. بعد از اینکه با آزمون و خطا به نتیجه رسیدید، می‌توانید با اعتمادبه‌نفس نتایج را روی قسمت‌های مختلف سایت‌تان پیاده کنید.

رنگ نارنجی - معانی مثبتی که مرتبط با رنگ نارنجی است شامل مقرون‌بصرفه‌بودن، زیبایی، ارگانیک‌بودن، انرژی، شادی، اشتیاق، رفاقت، سلامتی، سرزندگی، شوخ‌طبعی، بازگوشی، تغییر فصل و گرمی است.

رنگ زرد (رنگ اصلی) - رنگ زرد معانی جلب توجه، شادی، انرژی‌بخشی، امید، بازگوشی و گرمی را به مخاطبان منتقل می‌کند. احساسات منفی که با دیدن رنگ زرد ممکن است به ما دست دهد شامل خشم، احساس خطر، آتش‌سوزی، خسوت و جنگ باشد. گاهی هم همین احساسات منفی می‌تواند باعث فروش محصولاتی مثل حشره‌کش یا محافظ دهان و دندان شود. مثلاً در تبلیغی که مربوط به باشگاه تناسب اندام آقایان است، طراحی جنگجویی زره‌پوش در رنگ قرمز، ترکیبی از احساس اعتمادبه‌نفس، قدرت و مردانگی را به مخاطبان منتقل می‌کند.

رنگ قرمز (رنگ اصلی) - رنگ قرمز می‌تواند اثرات فیزیکی روی بدن بگذارد. مثلاً فشار خون را بالا ببرد و تنفس و متابولیسم بدن را افزایش دهد. ترکیب رنگ قرمز همراه با سفید و مشکی، یا ترکیب با آبی سیر و طوسی از ترکیبات موفق این رنگ به حساب می‌آید.

رنگ‌های گرم

رنگ نارنجی، زرد و انواع ترکیبات این رنگ‌ها، رنگ گرم محسوب می‌شوند. این رنگ‌ها انرژی‌بخش، شادی‌آور، اشتیاق‌آور و مثبت هستند.

رنگ‌های سرد

سبز، آبی، بنفش و انواع ترکیبات آنها جزو رنگ‌های سرد به‌حساب می‌آیند. این رنگ‌ها آرامش‌بخش‌تر، حرفه‌ای‌تر و عمیق‌تر از رنگ‌های گرم هستند. ادامه دارد... منبع: 99designs

تأثیر رنگ در تبلیغات و بازاریابی چقدر است؟ (بخش دوم)

ایستگاه تبلیغات



۲۰ پرسشی که باید قبل از هرگونه فعالیت تبلیغاتی از خودتان بپرسید

پیش از اجرای هر برنامه تبلیغاتی، ۲۰ سوال زیر را در مورد خودتان، مشتری، محصول و هر آنچه به موفقیت شما در تبلیغات کمک می‌کند مطرح کنید و برای آن پاسخ داشته باشید. به گزارش مدیر تی‌وی، این شما و این هم ۲۰ پرسشی که باید قبل از هرگونه فعالیت تبلیغاتی از خودتان بپرسید.

۱- کدام شخص یا سازمانی در کدام جایگاه یا اعتباری؟

۲- با چه دیدگاه، هدف و انتظاری؟

۳- چه حرف، سخن و شعاری؟

۴- در مورد کدام کالا یا خدماتی؟

۵- با کدام مشخصات، مزایا و منافی؟

۶- با کدام تفاوت (نسبت به رقبا) و تمایزی؟

۷- در کدام مرحله از منحنی عمر محصول (PLC)؟

۸- در کدام وضعیت رقابتی یا انحصاری؟

۹- با کدام قدرت و سهم بازاری؟

۱۰- با کدام هدف ارتباطی یا تجاری و با تمرکز بر کدام گروه از مشتریان؟

۱۱- با چه قصد، مضمون و محتوایی؟

۱۲- با استفاده از کدام ابزارها و اجزایی؟

۱۳- از طریق کدام دسته از رسانه‌ها؟

۱۴- در چه زمان، مکان و شرایطی؟

۱۵- با چند دفعه تکرار و استمراری؟

۱۶- با چه لحن، آهنگ و الفاظی؟

۱۷- با کدام تکنیک و جاذبه‌ای؟

۱۸- چه پیام و خبر و اطلاعی را؟

۱۹- به کدام دسته از مخاطبان و مشتریانی؟

۲۰- با چه نیاز، انتظار، سن، عقیده، شرایط، قدرت مالی و اختیاری می‌رساند؟



بررسی کمپین

Ariel #sharetheload پودر Ariel

مدت‌هاست هند تلاش زیادی را جهت برآورده کردن فرصت‌های برابر شغلی برای زنان و مردان آغاز کرده، اما مسئله برابری جنسیتی در کارهای خانه هنوز حل نشده است. تحقیقات نشان می‌دهد ۶۶ درصد از مردان هندی بر این باورند که لباس‌شستن وظیفه زنان است و ۸۵ درصد زنان هندی معتقدند که آنها دو شغل به عهده دارند؛ کار بیرون و کارهای منزل.

به گزارش ام‌سی‌ای نیوز، همگام با این نبرد ذهنی و گاه واقعی، برند Ariel کمپینی را با محور برابری جنسیتی در کارهای خانه برگزار کرد. هدف معرفی محصول Ariel Matic بود اما پیام

آن در ۲۲ کشور دهان به دهان گشت. کمپین که توانسته بود حمایت زیادی را از آن خود کند، برنده شیر شیشه‌ای جشنواره کن‌لین در سال ۲۰۱۵ شد. در این میان حمایت افراد مشهور از کمپین بر این نکته تأکید داشت که برابری در انجام کارهای خانه کلید دستیابی به زندگی‌ای شادتر است.

Ariel #sharetheload نشان می‌دهد که چگونه پدرها و شوهران می‌توانند با گام‌های کوچکی که برمی‌دارند (لباس‌شستن)، خانه‌هایی با حقوق برابر داشته باشند.

این کمپین که توسط آژانس BBDO و آژانس مدیای Mediacom Mumbai طراحی و اجرا شد لایه‌های زیرین فرهنگ هند را هدف قرار داد. رسانه‌های آنلاین، سینما و تلویزیون، بسته‌بندی مخصوص کمپین از رسانه‌های مورد استفاده در این کمپین بودند.

در جریان این کمپین بیش از ۱.۵ میلیون مرد متعهد شدند که در کارهای خانه کمک می‌کنند. حجم فروش Ariel نیز بیش از ۱۰۰ درصد افزایش داشت.

Ariel کمپین خود را با پرسیدن یک سوال ساده شروع کرد؛ «چرا مردها نمی‌توانند لباس بشورند؟» این پرسش حقیقتی بود که نه‌تنها در هند بلکه در هر جای دیگری نیز اهمیت پیدا می‌کرد.

چگونه از پيله امن شبکه‌های اجتماعی رها شویم

شبکه‌های اجتماعی و الگوریتم‌های آنها، تنها متوایی را که دوست داریم به ما نشان می‌دهند و این باعث ایجاد رفتاری می‌شود که نظرات مخالف را قبول نمی‌کند.

به گزارش زومیت، بانی فوولی وانگ، مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری Pique Ventures، در وبسایت کوئرا به پرسشی پاسخ داده است که شاید در ذهن کمتر فردی شکل گرفته باشد. شبکه‌های اجتماعی که امروزه به بخشی جدانشدنی از زندگی افراد تبدیل شده‌اند، مجهز به فیلترها و الگوریتم‌هایی هستند که تنها آن چیزی را که دوست داریم به ما نشان می‌دهند. سوال مطرح شده این است که آیا این فیلترها ما را از درک نظرات مخالف با خودمان عاجز می‌کنند؟ وانگ در پاسخ خود به این نکته اشاره کرده است که طبیعت انسانی می‌تواند ما را از درک نظرات مخالف و حتی متفاوت عاجز کند. شبکه‌های اجتماعی و الگوریتم‌های آنها نیز می‌توانند چنین خطری داشته باشند. افراد و الگوریتم‌ها می‌توانند رفتار مشابهی داشته باشند. وقتی شما بخواهید تنها نظراتی که با شما موافق هستند ببینید، زمانی که نظری مخالف می‌شنوید یکی از رفتارهای زیر را از خود نشان خواهید داد.

- ناراحت می‌شوید، چرا که یک نفر مخالف شما است. نیازی نیست که آنها به صورت مستقیم با شما مخالفت کنند. همین که نظرشان را بگویند و شما با آن مخالف باشید، احساس بدی خواهید داشت.

- رفتار دیگر این است که به خاطر ناراحتی، سعی می‌کنید در مورد آن موضوع بحث نکنید یا اصلا افراد مخالف را از دایره اجتماعی خود کنار بگذارید.

- در حالت دیگر، ناراحتی شما باعث می‌شود که دیگران ارتباطشان را با شما قطع کنند یا



دیگر نظراتشان را با شما در میان نگذارند. الگوریتم‌ها نیز به گونه‌ای طراحی شده‌اند که محتوای محبوب شما را بیشتر و آن چیزی را که دوست ندارید، کمتر به نمایش بگذارند. به بیان دیگر، آنها نیز مانند مغز خود ما طراحی شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی در این میان گناه بزرگی مرتکب شده‌اند. آنها تنها افرادی که با دایره دوستان شما دوست هستند، معرفی می‌کنند. تنها محصولاتی را به شما نشان می‌دهند که دوست دارید و در نهایت شما را در دایره‌ای از تأیید و موارد دوست‌داشتنی حبس می‌کنند. برای رهایی از این دایره، می‌توانید با رعایت موارد زیر، خود را برای پذیرفتن نظرات مخالف آماده کنید.

۱- با مخالفت‌ها کنار بیایید؛ این کار به خودآگاهی، نفس عمیق، تفکر و حتی مدیتیشن نیاز دارد.

۲- انتخاب‌های خود را داشته باشید و از عمل به آنچه الگوریتم‌ها پیشنهاد می‌دهند دوری کنید.

۳- ارتباطات خود را به صورت عمدی با افرادی افزایش دهید که از پس‌زمینه‌های جغرافیایی، اعتقادی و عقاید متنوع با شما برخوردار هستند.

۴- ذهن خود را باز نگه دارید، اما خطوط قرمز را نیز بشناسید.

۵- دعوت افراد خارج از دایره اجتماعی خود را قبول کنید.

۶- سعی کنید گوش دادن و فهمیدن را تمرین کنید و عادات آنالیز کردن و قضاوت کردن را از خود دور کنید.

۷- زمان کمتری را به شبکه‌های اجتماعی اختصاص دهید. ارتباطات مستقیم و نزدیک، سالم‌تر از ارتباطات مجازی هستند. وقتی اختلاف‌نظری وجود داشته باشد، حل کردن آن در ارتباطات رودررو بسیار سالم‌تر از بحث در شبکه‌های اجتماعی است.

کنار آمدن با نظرات مخالف و درک کردن آنها، مانند ماهیچه‌ای است که به ورزش نیاز دارد و مهارتی است که با تمرین به دست می‌آید. این کار ممکن است در ابتدا کمی سخت باشد، اما فراموش نکنید که این مشکل، در همه افراد کم‌وبیش وجود دارد و همه باید برای حل آن تلاش کنند.

منبع: INC

۳ مشکل اساسی کسب و کارها در بازاریابی دیجیتال



موفق به جذب مخاطبان‌تان نشده‌اید، قطعا ایرادی در این بین وجود دارد.

برای یافتن ایراد کار، باید دست به دامان ابزاری همچون Google Analytics شوید؛ این ابزار به شما نشان خواهد داد که مخاطبان‌تان به کدام بخش‌ها و دکمه‌ها بیشتر علاقه نشان داده‌اند و همچنین بیشترین آمار ترک وبسایت شما مربوط به کدام قسمت از آن است. به این ترتیب موفق خواهید شد قسمت‌های ناخوشایند و آزاردهنده را از وبسایت خود حذف کرده یا آنها را به صورت مطلوبی تغییر دهید. اگر قصد جلب نظر مهمانان خود را دارید، ابتدا باید فضای میزبانی خود را به دلخواه آنان درآورید.

آیا شما نیز چنین ایراداتی داشتید؟
در صورتی که پاسخ شما به سوال بالا مثبت است بهتر است هر چه سریع‌تر دست به کار شوید و به رفع این دلایل بپردازید تا لطف و بخشش بازاریابی دیجیتال شامل شما و کسب‌وکار‌تان شود. فراموش نکنید که برای رسیدن به موفقیت ابتدا باید صبر پیشه کنید.

به یاد داشته باشید که علاقه و شوق مخاطبان‌تان را فدای دستیابی سریع‌تر به اهداف‌تان نکنید. سپس استراتژی مورد نظر خود را در طول مسیر حفظ کرده و در صورت کند شدن روند پیشرفت آن، با جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز و تحلیل آنها، به جای تعویض کل استراتژی بازاریابی لازم را در استراتژی فعلی خود ایجاد کنید. در نهایت قسمت‌های آزاردهنده برای مخاطبان‌تان را بیابید و آنها را برای همیشه از بین ببرید تا مخاطبان‌تان عاشق شما و کسب‌وکار‌تان شوند.

فراموش نکنید که راز موفقیت یک کسب‌وکار امروزی، افزایش میزان ترافیک و بازدید از وبسایت آن است.

موارد بالا هر یک به نوبه خود مسیری برای دستیابی به این موفقیت را برای شما به ارمان دارند، پس با کمی دقت و تیزبینی بیشتر نسبت به قبل دست به کار شوید و کسب‌وکار خود را در دل و ذهن مخاطبان‌تان جای دهید.

نیز به سمت شما روانه کند. **دلیل دوم: تغییر استراتژی در میانه راه**
مسیر حرکت یک بازاریابی و هدایت مشتری و سرمایه به سمت کسب‌وکار اغلب مانند فوق است. در ابتدای کار شما انگیزه و انرژی فراوانی دارید و کمپین‌هایی را که با وسواس خاصی ایجاد شده‌اند راه‌اندازی می‌کنید و در نتیجه روند موفقیت شما به سرعت رشد می‌کند، اما به مرور زمان این سرعت رشد کاهش می‌یابد.

در این مرحله ممکن است احساس کنید که این سبک از بازاریابی شما به حد اشباع رسیده و وقت تعویض استراتژی است. این دومین اشتباه بزرگی است که یک بازاریاب به آن دچار می‌شود. در واقع این کند شدن سرعت به این معناست که زمان تجزیه و تحلیل داده‌ها فرا رسیده است. شما باید به جای تعویض کل استراتژی بازاریابی دیجیتال خود، به دنبال یافتن راه‌هایی برای بهبود بخشیدن به آن باشید.

به این صورت که با اعمال تغییراتی جزئی و افزودن ارزش‌های جدیدی به کمپین‌های خود، علاوه بر حفظ مشتریان و مخاطبان فعلی، به دنبال مخاطبان بالقوه نیز باشید. این کار محقق نخواهد شد مگر با یک برنامه‌ریزی، پشتکار و صبر پولادین.

دلیل سوم: چیزی وجود دارد که مخاطبان شما را آزار می‌دهد
در بین مفاهیم بازاریابی، احتمالا با دکمه فراخوان عمل (یا همان CTA) آشنا هستید.

این دکمه که معمولا مشتری را به سمت هدف نهایی ما هدایت می‌کند، می‌تواند با رنگ و طرحی برجسته در داخل یک صفحه یافت. دکمه‌هایی همچون «همین حالا خرید ثبت‌نام کنید» یا «ثبت سفارش»، «ثبت‌نام» و... همگی جزو این موارد هستند.

در یک دید کلی می‌توان گفت که هدف از تمامی بازاریابی‌های آنلاین، جذب مخاطب به سمت این دکمه است، اما در صورتی که با صرف وقت و انرژی فراوان

گشت‌وگذار و جست‌وجو در اینترنت است، چرا که این مزیت بزرگ تکنولوژی باعث شده ما هر مطلب درست یا حتی به درد نخوری را به‌عنوان مرجع و راهنمای خود قرار دهیم، در حالی که اعتبارسنجی آن به درستی انجام نشده است.

بازاریابی دیجیتال برای کدام کسب و کارها مناسب است؟

بازاریابی دیجیتال برای هر کسب‌وکاری همیشه به‌عنوان یک راه‌حل قدرتمند در نظر تصورشان بر این است که بازاریابی دیجیتال برای کسب‌وکار آنها مناسب نیست و همواره دم از تجربیات ناموفق سابق‌شان می‌زنند.

اما اگر نگاهی دقیق‌تر به این تجربیات بیندازیم، به سرعت متوجه ایرادات و اشکالات آنها خواهیم شد؛ اطلاعات بسیار زیاد اما ناقص و استراتژی‌های آبیکی و ناپایدار!

بازاریابی دیجیتال؛ مخالفان و موافقان

نکته جالب اینجاست که اگر شما نظر یکی از مخالفان بازاریابی اینترنتی را در مورد آن بپرسید، احتمالا با چنین جوابی مواجه خواهید شد: «من داستان‌های زیادی در مورد موفقیت‌های عظیم کسب شده به واسطه بازاریابی دیجیتال شنیده‌ام، اما تلاش‌های من برای پیدا کردن رمز و رازها و ترفندهای این نوع از بازاریابی بی‌نتیجه مانده است. از آنجایی که در کنار داستان‌های موفقیت، داستان‌های شکست‌های سنگین و پرهزینه نیز وجود داشته‌اند، ترجیح می‌دهم با احتیاط بیشتری عمل کنم».

کلمه کلیدی و قابل توجه پاسخ بالا، رمز و رازهای این سبک از بازاریابی است.

در واقع بیشتر بازاریابان یا مالکان کسب‌وکارها به دنبال یافتن راه‌های مخفی و ناشناخته‌ای هستند تا آنها را یک شبه به محبوبیت و ثروت برسانند، اما به احتمال زیاد این افراد ساعت‌ها وقت خود را برای یافتن چنین رمز و راز و ترفندهایی تلف می‌کنند و به نتیجه‌ای هم دست نمی‌یابند. دلیل چنین اتفاقی، سهولت در

آیا شما نیز جزو کسانی هستید که معتقدند بازاریابی دیجیتال برای کسب‌وکار آنها بی‌فایده است؟

خب در واقع مشخصا همه مانند شما فکر نمی‌کنند به گزارش ibazaryabi، با وجود موفقیت‌های بزرگی که شرکت‌ها و برندهای معتبر به واسطه بازاریابی دیجیتال خود به دست آورده‌اند، اما باز هم حدود ۷۵ درصد از شرکت‌ها و برندها (به خصوص در کشورهای در حال توسعه) خود را از این نعمت آماده و مهیا محروم ساخته‌اند زیرا تصورشان بر این است که بازاریابی دیجیتال برای کسب‌وکار آنها مناسب نیست و همواره دم از تجربیات ناموفق سابق‌شان می‌زنند.

اما اگر نگاهی دقیق‌تر به این تجربیات بیندازیم، به سرعت متوجه ایرادات و اشکالات آنها خواهیم شد؛ اطلاعات بسیار زیاد اما ناقص و استراتژی‌های آبیکی و ناپایدار!

بازاریابی دیجیتال؛ مخالفان و موافقان

نکته جالب اینجاست که اگر شما نظر یکی از مخالفان بازاریابی اینترنتی را در مورد آن بپرسید، احتمالا با چنین جوابی مواجه خواهید شد: «من داستان‌های زیادی در مورد موفقیت‌های عظیم کسب شده به واسطه بازاریابی دیجیتال شنیده‌ام، اما تلاش‌های من برای پیدا کردن رمز و رازها و ترفندهای این نوع از بازاریابی بی‌نتیجه مانده است. از آنجایی که در کنار داستان‌های موفقیت، داستان‌های شکست‌های سنگین و پرهزینه نیز وجود داشته‌اند، ترجیح می‌دهم با احتیاط بیشتری عمل کنم».

کلمه کلیدی و قابل توجه پاسخ بالا، رمز و رازهای این سبک از بازاریابی است.

در واقع بیشتر بازاریابان یا مالکان کسب‌وکارها به دنبال یافتن راه‌های مخفی و ناشناخته‌ای هستند تا آنها را یک شبه به محبوبیت و ثروت برسانند، اما به احتمال زیاد این افراد ساعت‌ها وقت خود را برای یافتن چنین رمز و راز و ترفندهایی تلف می‌کنند و به نتیجه‌ای هم دست نمی‌یابند. دلیل چنین اتفاقی، سهولت در

بازاریابی خلاق**ایستگاه بازاریابی****بازاریابی یکپارچه**

بازاریابی یکپارچه زمانی روی می‌دهد که بازاریاب (مارکتر) فعالیت‌های بازاریابی (مارکتینگ) را تدوین و برنامه‌های بازاریابی را تهیه می‌کند تا بتواند ارزش را برای مشتری ایجاد و اطلاع‌رسانی کند و به او تحویل دهد به گونه‌ای که «کل از مجموع قطعات تشکیل‌دهنده بزرگ‌تر است».

به گزارش هورموند، دو عنصر کلیدی در بازاریابی یکپارچه عبارتند از:

۱- بسیاری از فعالیت‌های بازاریابی می‌توانند ارزش را خلق، اطلاع‌رسانی و تحویل دهند.

۲- بازاریاب‌ها باید در طراحی و اجرای هر فعالیت بازاریابی سایر فعالیت‌ها را نیز در نظر داشته باشند. به‌عنوان مثال باید در طراحی و اجرای هر فعالیت بازاریابی سایر فعالیت‌ها را نیز مد نظر قرار دهند. به‌عنوان مثال وقتی یک بیمارستان یک دستگاه ام‌آر‌آی را از یک بخش مدیکال سیستمز شرکت جنرال الکتریک خریداری می‌کند، انتظار خدمات خوب نصب، نگهداری و آموزشی دارد که به همراه محصول به آن ارائه شود، همچنین کلیه ارتباطات شرکت باید یکپارچه باشد.

استفاده از یک استراتژی ارتباط یکپارچه به معنای انتخاب گزینه‌های ارتباطی است که یکدیگر را تقویت و تکمیل می‌کنند. امکان دارد هر بازاریابی به‌صورت گزینشی دست به استفاده از تلویزیون، رادیو و تبلیغات چاپی، رویدادها و روابط عمومی و ارتباطات از طریق واحد روابط عمومی و پایگاه اینترنتی بزند تا هر یک از آنها اثر بخش دیگری را ارتقا ببخشند. همچنین هر یک از آنها باید یک پیام ثابت را در مورد مارک در هر تماس ارائه کند.

زمانی که شرکت بی‌ام‌و در سال ۲۰۰۲ اقدام به عرضه خودروی مینی کوپر مدرن شده خود به بازار کرد، از یک استراتژی بازاریابی یکپارچه در ایالات متحده استفاده کرد که شامل آمیخته گسترده‌ای از رسانه‌ها می‌شد؛ تابلوهای اعلانات،



اعلامیه‌ها، اینترنت، فعالیت‌های تبلیغاتی چاپی، روابط عمومی، جایگاه‌سازی برای محصول و فعالیت‌های تبلیغاتی با استفاده از توده مردم.

بسیاری از این موارد به پایگاه اینترنتی شرکت که به طرز هوشمندانه‌ای طراحی شده بود، با اطلاعات مربوط به محصول و دلایل لینک شده بود. این خودرو در ۲۱ نمایشگاه ماشین در سرتاسر ایالات متحده روی سقف خودروهای شاسی‌بلند فورد اکسکروزن قرار داده شده و به‌عنوان سکوهایی جهت نشستن در یک استادیوم ورزشی مورد استفاده قرار گرفته بود و عکس این ماشین در صفحه میانی مجله به چاپ رسیده بود. این فعالیت تبلیغاتی یکپارچه باعث شد یک فهرست انتظار شش ماهه برای خرید این خودرو ایجاد شود.

این شرکت همچنین باید یک استراتژی کانالی یکپارچه ایجاد کند. این شرکت باید هر کانال را به‌عنوان یک گزینه به لحاظ تأثیر مستقیم آن بر میزان فروش و ارزش مارک تجاری و نیز تأثیر غیرمستقیم از طریق تعاملاتی که با سایر گزینه‌های کانالی انجام می‌دهد مورد بررسی قرار دهد. بازاریاب‌ها باید مبادله پایایی بین داشتن تعداد بیش‌ازحدی از کانال‌ها (که منجر به ایجاد تعارض بین اعضای کانال یا کمبود حمایت می‌شود) و تعداد بسیار معدودی (که منجر به ایجاد تعارض بین اعضای کانال یا کمبود حمایت می‌شود) و تعداد بسیار معدودی (که به نایده گرفته شدن فرصت‌های ایجادشده در بازار می‌شوند) را سبک‌سنگین کنند.

به‌طور روزافزونی فعالیت‌های بازاریابی آنلاین در ایجاد نام و نشان تجاری و فروش برجسته‌تر می‌شوند. سایت اینترنتی کارناوال کانکشنز با صرف هزینه‌ای معادل ۳۰۰ هزار دلار و بدون هزینه‌های دیگر تبلیغاتی توانست کار را برای علاقه‌مندان به سفرهای دریایی با کشتی‌های تفریحی آسان کند تا آنها بتوانند با یکدیگر تبادل نظر کنند که قصد سفر به چه نقطه‌ای دارند و چه تفریحات سرگرم‌کننده‌ای روی کشتی ارائه می‌شود. ظرف تنها چند ماه ۲۰۰۰ نفر از ۱۳۰۰۰ کاربری که در سایت ثبت‌نام کرده بودند برای سفر با ۲۲ کشتی کارناوال برنامه‌ریزی کردند که این کار به‌طور تخمینی ۱۰۶ میلیون دلار درآمد برای شرکت ایجاد کرد.

تأثیر رقابت در کسب و کار

مترجم: امیر آل علی

رقابت، عامل پویایی و کارآمدی اقتصاد است و هرچه شاخص‌های رقابتی بودن یک اقتصاد بالاتر باشد آن اقتصاد توانمندتر و توسعه یافته‌تر است. رقابت، خلاقیت و نوآوری را افزایش می‌دهد و صاحبان صنایع و فعالان اقتصادی را ترغیب می‌کند تا با افزایش بهره‌وری و نوآوری ضمن کسب سود و سهم بیشتر، کالا و خدمات با کیفیت‌تری به مشتری عرضه کنند. اقتصاددانان بر اهمیت و نقش رقابت در ارتقا و توسعه اقتصاد ملی اتفاق نظر دارند. در عرصه کسب و کار، رقبا همواره در تلاش برای دستیابی به برتری و سبقت گرفتن از یکدیگر هستند. وجود رقابت در بازار، به بهبود کیفیت خدمات و همچنین بالا رفتن استانداردهای تولید و عرضه منجر خواهد شد. با این حال باید توجه داشته باشید که سایر شرکت‌ها نیز در اندیشه رقابت کردن با شما هستند و به همین خاطر در تصمیم‌گیری‌های خود باید حرکات احتمالی آنها را نیز پیش‌بینی کرده و راهکارهای مناسب را برای مواجهه با آن پیدا کنید. اگرچه نبود رقیب باعث راحت‌تر شدن کار شما خواهد شد با این حال فراموش نکنید که این راحتی در درازمدت باعث خواهد شد دیگر انگیزه‌ای برای بهبود کیفیت محصولات خود نداشته باشید و از مسیر پیشرفت به‌طور کلی دور شوید. بدون شک این شرایط برای هیچ شرکتی سودمند نخواهد بود به همین خاطر هم است که رقابت را از الزامات کسب و کار می‌دانند. تحت این شرایط لازم است ابزار خوبی جهت رقابت داشته باشید. این ابزار بسیار گسترده هستند و سطحی‌ترین موارد شرکت را نیز می‌تواند در بر گیرد. در راستای رقابت فراموش نکنید که باید به نوعی عمل کنید که در سایرین ایجاد حس تنفر نکند. علت این امر هم به این خاطر است که ممکن است در آینده تحت شرایطی قرار بگیرید که جهت پیشرفت و بقا، مجبور به همکاری با رقبای خود باشید. به همین خاطر لازم است از اقداماتی که برخلاف اصول اخلاقی در دنیای تجارت است تا حد امکان دوری کنید. یکی از اقداماتی که در این زمینه بسیار سودمند خواهد بود این است که به مطالعه سایر شرکت‌ها بپردازید و علل پیشرفت یا شکست آنها را تحلیل کنید. این امر در واقع استفاده از تجربیات آنهاست و باعث می‌شود شما تجربه تلخ مشابه آن را تجربه نکنید و بتوانید تصمیمات کاربردی‌تری را اتخاذ کنید.

توصیه‌های حرفه‌ای از مدیران موفق

- درحالی که به رقبای خود بی‌اعتنایی می‌کنید، با وسواس خاصی روی آنها تمرکز کنید. به عبارت دیگر، محصولات رقبای خود، موفقیت‌های بازار، وضعیت مالی و نحوه و گریز کردن کاربران‌شان را بشناسید. اما به‌طور مداوم هم نباید به حرکات آنها واکنش نشان دهید.

- رقبا تأثیر فراوانی در کسب و کارها داشته و وجود رقیب در کسب و کار باعث جان بخشیدن به آن کسب و کار و تأثیر و پیشرفت در کسب و کار می‌شود. پس اگر در کسب و کار خود با رقبای زیادی روبه رو هستید این را یک عامل مثبت و پیشرفت در نظر بگیرید.

- برای موفقیت کافی است از همه ظرفیت‌ها و توانایی موجود به بهترین شکل استفاده کنید. این به آن معنی نیست که نیاز به کمک‌های بیرونی دارید بلکه به این مفهوم است که هر چه را که در اختیار دارید به بهترین شکل به کار ببندید.

- واقعیت این است که در فضای رقابتی، بقا و رشد شرکت‌ها مستلزم داشتن مزیت رقابتی است و رویکردی که می‌تواند برای سازمان‌ها مزیت رقابتی خلق کند، استراتژی است.

- امضای قرارداد همکاری با شرکت‌های دیگر یا حتی رقبا می‌تواند راه‌حلی برای افزایش سوددهی باشد. به‌عنوان مثال می‌توانید قراردادی را با یک کارواش خودرو امضا کنید تا پس از شست و شوی خودروی مشتریان، آنها را برای برطرف کردن خط و خش یا تعمیر خودرو به شما معرفی کند. این قرارداد می‌تواند دوطرفه باشد تا شما نیز مشتریان خود را به کارواش معرفی کنید. در نهایت امر، چنین قراردادی به افزایش سود و بهره‌وری طرفین منجر خواهد شد. به همین خاطر همواره نباید از رقبای خود دوری کرد.

- در صورتی که پس از بررسی‌های دقیق، به این نتیجه رسیدید که کسب و کار کوچک طرف رقابت شما ایده‌هایی مناسب یا سوددهی کافی دارد می‌توانید گزینه خرید را به‌عنوان راهکاری برای پایان دادن به رقابت در نظر داشته باشید. شاید بارزترین نمونه از این دست اقدامات در دنیای تجارت، خرید واتس‌آپ و اینستاگرام توسط فیس‌بوک باشد.

بد نیست بدانید شرکتی نظیر گوگل در طول ۱۸ سال حیات خود، چیزی بیش از ۱۷۰ شرکت کوچک از جمله یوتیوب و اسکای‌پاکس را خریداری کرده است.



شرکت‌های افسانه‌ای که کار خود را از یک کاراژ یا اتاق خوابگاه آغاز کردند

در یک کاراژ اتومبیل که متعلق به عمومی والت دیزنی، رابرت دیزنی بود، آغاز شد. در آن زمان این کمپانی، استودیوی برادران دیزنی نام داشت و حدود ۴۵ دقیقه از پارک دیزنی لند امروزی در آن‌هایم کالیفرنیا فاصله داشت. در این فضای کوچک، تیم، نمایش‌های شاد ایس را که بعداً الهام‌بخش نسخه دیزنی از ایس در سرزمین عجایب شد، فیلمبرداری می‌کرد.

چند ماه بعد، دیزنی همراه با برادرش روی، به خیابانی بسیار بزرگ‌تر و پایین‌تر از خانه عمومی‌شان نقل مکان کردند؛ جایی که در آن با شرکت یونیورسال استودیو برای بخش فیلم‌های کم‌دی ایس قرارداد امضا کردند.

چهار سال بعد از آنکه تحت عنوان جوان‌ترین معاون رئیس شرکت سرومایه‌گذاری موفق وال‌استریت شناخته شد، کار خود را ترک کرد تا به دنبال آنچه معتقد بود هنوز مورد استفاده قرار نگرفته است برود. آن هم خرده‌فروشی آنلاین در صنعت کتاب بود که فرصت خوبی قلمداد می‌شد، در نتیجه به سیاتل رفت. فروشگاهش را در کاراژ خود در بلویو (Bellevue) در واشنگتن تأسیس و شروع به توسعه نرم‌افزار کرد.

چون او نمی‌توانست جلسات کاری‌اش را در یک کاراژ با اجاق گازی بزرگ برگزار کند، جلسات را در نزدیکی بارنز و نوبل برگزار کرد؛ جایی که بسیاری از نخستین قراردادهای آمازون منعقد شد. در جولای سال ۱۹۹۵ جف بزوس به همراه همسرش مک کنتیزی به خانه‌ای در سیاتل نقل مکان کردند. آنها به گزارشگران اینچنین گفتند که به این علت این خانه اجاره‌ای سه جویکی از دوایج کرد، هر چند این زن و شوهر از هم جدا شده‌اند.

در زمستان سال ۱۹۹۸، این دو شریک، ستاد مرکزی گوگل را با اجاره کاراژ ۲۰۰۰ پایی خانه منلو پارک سوزان وجکیکی (Susan Wojcicki) به مبلغ ماهانه ۱۷۰۰ دلار تأسیس کردند. آنها هنوز در دانشگاه استنفورد دانشجو بودند. در همان زمان، وجکیکی (کسی که سمت معاون ارشد رئیس را در گوگل تا ژانویه سال ۲۰۱۴ حفظ کرد) یکی از فارغ‌التحصیلان مدرسه کسب و کار فارغ‌التحصیلان دانشگاه استنفورد بود و کاراژ خود را به پچه‌های گوگل برای پرداخت وام‌هایش اجاره داد. برین بعدها با آن، خواهر وجکیکی ازدواج کرد، هر چند این زن و شوهر از هم جدا شده‌اند. درمخت یک سال، تیم گوگل بزرگ‌تر از فضای کاراژ شدند و به همراه هشت کارمند خود به دفتری در پالو آلتو نقل مکان کردند.

کمپانی والت دیزنی این اتفاق بزرگ‌ترین ادغام رسانه در جهان است و در تابستان ۱۹۲۳

روئالد وین (Ronald Wayne) در کاراژ خانه پدری جابز (خانه‌ای در لوس‌آلتوس که جابز در آن بزرگ شده بود و سبک روستایی داشت) پیوست. یکی از نخستین سفارش‌های بزرگ آنها از یک خرده‌فروش محلی به نام پاپول تریل بود که ۵۰ کامپیوتر به قیمت هر عدد ۵۰۰ دلار را سفارش داد؛ به شرطی که در عرض ۳۰ روز می‌توانستند تمامی آن کامپیوترها را تولید کنند. اگرچه وین بلافاصله تسلیم شد و کسب و کار را رها کرد، جابز و وزنیاک موفق شدند تنها در ۳۰ روز به هدف خود برسند. امروزه خانه پدری جابز در سیلیکون ولی به‌عنوان یکی از جاذبه‌های تاریخی شهر به شمار می‌رود.

آمازون در ۱۶ جولای ۱۹۹۵ (Jeff Bezos) در خانه بزوس و کسب و کار را رها کرد، جابز و وزنیاک موفق شدند تنها در ۳۰ روز به هدف خود برسند. امروزه خانه پدری جابز در سیلیکون ولی به‌عنوان یکی از جاذبه‌های تاریخی شهر به شمار می‌رود.

آمازون در ۱۶ جولای ۱۹۹۵ (Jeff Bezos) در خانه بزوس و کسب و کار را رها کرد، جابز و وزنیاک موفق شدند تنها در ۳۰ روز به هدف خود برسند. امروزه خانه پدری جابز در سیلیکون ولی به‌عنوان یکی از جاذبه‌های تاریخی شهر به شمار می‌رود.

آمازون در ۱۶ جولای ۱۹۹۵ (Jeff Bezos) در خانه بزوس و کسب و کار را رها کرد، جابز و وزنیاک موفق شدند تنها در ۳۰ روز به هدف خود برسند. امروزه خانه پدری جابز در سیلیکون ولی به‌عنوان یکی از جاذبه‌های تاریخی شهر به شمار می‌رود.

آمازون در ۱۶ جولای ۱۹۹۵ (Jeff Bezos) در خانه بزوس و کسب و کار را رها کرد، جابز و وزنیاک موفق شدند تنها در ۳۰ روز به هدف خود برسند. امروزه خانه پدری جابز در سیلیکون ولی به‌عنوان یکی از جاذبه‌های تاریخی شهر به شمار می‌رود.

کلید

جملات مخرب در محیط کار

انتخاب عبارات و جملات مناسب در مکالمات کاری اهمیت بالایی دارد. جملات شما می‌توانند تخصص و تجربه و حتی آینده کاری را تحت تأثیر قرار دهند.

ما توجه زیادی به حرفه‌ای به نظر رسیدن در محیط کار می‌کنیم، اما به‌اندازه کافی به حرفه‌ای صحبت کردن فکر نمی‌کنیم. اینکه چه چیزی می‌گویید و چگونه آن را بیان می‌کنید در نشان دادن جدیت شما به شنونده تأثیرگذار است.

در این مقاله به نقل از زومیت، چند عبارت را معرفی می‌کنیم که می‌توانید هر روز در بسیاری از محیط‌های کاری بشنوید. قصد و نیت گوینده هرچه باشد، پیام واقعی که می‌فرستد بی‌تجربگی و عدم تعهد است، نه اثری که اکثر مردم قصد ایجادش را دارند. اگر خودتان را در حال گفتن این عبارات یافتید، ادامه صحبت‌تان را متوقف کنید.

۱- تقصیر من نیست

راهی وجود ندارد که این عبارت را از ناله و سرزنش جدا کرد. حتی اگر این مسئله حقیقت داشته باشد، تأثیر بدی بر شنونده می‌گذارد. پاسخگو باشید و مسئولیت کاری را که انجام دادید بر عهده بگیرید. زمانی که اشتباهی رخ می‌دهد، تمرکزتان را به‌جای عیب‌جویی، بر حل مشکل و پیشگیری از وقوع دوباره آن بگذارید. اشتباه کردن بخشی از یادگیری است، اما عذر و بهانه تراشیدن و عیب‌جویی از دیگران کشنده رفتار حرفه‌ای است.

۲- من نمی‌توانم

زمانی که می‌گویید نمی‌توانم فعالیت را انجام دهم، در واقع عدم اعتمادبه‌نفس و عدم تمایل به ریسک کردن را نشان می‌دهید. به‌جای این کار یکی از این عبارات را امتحان کنید: «این یک حوزه جدید برای من است، اما تمایل دارم که آن را امتحان کنم» یا «اگر به مانعی برخورد می‌توانم از شما کمک بگیرم؟» یا «قطعاً علاقه دارم که این در این حوزه اطلاعاتی به دست بیاورم.»

۳- من راغب به انجام آن نیستم

اگر شما بگویید تمایل ندارید؛ یک چالش را پس زده‌اید و در واقع گفته‌اید که اولویت‌های‌تان از گروه یا سازمان‌تان اهمیت بیشتری دارند. اگر می‌خواهید برتر باشید، باید با مسائل ناخوشایند راحت‌تر باشید.

۴- چه سودی برای من دارد؟

اگر فقط به خودتان و چگونگی کسب سود فکر کنید، شخص خودخواهی به نظر خواهید رسید و اکثر سازمان‌ها صبر و بردباری کمی برای افرادی که عضو از گروه بودن را نمی‌پذیرند، دارند. برای موفق بودن، بیشتر روی «ما» تمرکز کنید.

۵- من نمی‌توانم یا او کار کنم

انتخاب افرادی که نمی‌خواهید با آنها کار کنید، نه‌تنها باعث می‌شود شما غیر حرفه‌ای به نظر برسید، بلکه شما را بی‌تجربه و آماتور نشان می‌دهد. یاد بگیرید که از پس تضادها و ناسازگاری‌ها بر بیایید و به هنگام نیاز تفاوت‌های مجزایی داشته باشید. اگر افراد دیگر اهانت، آزار یا رفتارهای تهدیدآمیز انجام دادند، به مسئول ذی‌ربط گزارش دهید.

۶- من بی‌حوصله‌ام

این مورد می‌تواند بیشتر از سایر موارد زبان‌آور باشد. به نظر شما زمانی که صدای شما این حقیقت را بیان می‌کند که شغل خسته‌کننده و کسالت‌باری دارید، اطرافیان چه فکری می‌کنند؟ شغل شما باید در شما شور و ذوق و جدیت ایجاد کند یا حداقل برای همه فعالیت‌هایی که انجام می‌دهید راغب و بشاش باشید. اگر به چالش بیشتری احتیاج دارید، فعالیت جدیدی پیدا کنید و آن را انجام دهید.

۷- من سعی می‌کنم

سعی کردن به معنی انجام دادن نیست. شما می‌توانید تلاش کنید اما موفق نشوید یا برای موضوعی خاص تلاش کافی نکنید. اگر با هدف و پشتکار تلاش کنید، برای به دست آوردن آن قدم جدی برمی‌دارید. تنها در این حالت قول بدهید. پس به‌جای گفتن «تلاش می‌کنم» با اطمینان بگویید «انجام می‌دهم.»

در پایان، بهترین راه برای اینکه باتجربه‌تر و حرفه‌ای‌تر در محیط کار به نظر برسید این است که با دقت به هر کلمه‌ای که بیان می‌کنید گوش دهید و از خودتان بپرسید آیا این کلمات معنایی را که در ذهن در نظر دارید بیان می‌کنند؟ اجازه بدهید کلمات‌تان به بهترین شکل در اختیارتان باشند، به خودتان اطمینان داشته باشید و به‌زودی احترامی را که می‌خواهید، به دست خواهید آورد.

پیشنهاد کسب و کار

طراح داخلی - یک طراح داخلی دائماً با مباحث و آزمون‌های جدید روبروست. این کسب و کار ترکیب فوق‌العاده‌ای است از نوآوری، پیشرفت، تعهد و اشتیاق.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه | ۲ مهر ۱۳۹۶ | شماره ۸۸۹ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع، نشر گستر امروز

آدرس: میزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲

فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱

امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۳۲ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

مدرسه کسب‌وکار

ترفندهایی برای برندینگ شخصی

داشتن یک استراتژی موفق برای برندینگ شخصی آن قدرها هم که تصور می‌کنید سخت نیست.

به گزارش ibazaryab، در حقیقت، برای اینکه از منحصربه‌فرد بودن برند شخصی‌تان اطمینان داشته باشید باید از ویژگی‌های شخصیتی خودتان استفاده کنید تا برندی کاملا منحصره‌فرد داشته باشید. به‌عبارت‌دیگر، خودتان باشید! اگر از طرفداران پرشور ورزش هستید، ورزش را نیز به برند شخصی خود اضافه کنید. هنگامی که شما در برندینگ شخصی خود، حقیقت واقعی خودتان را به نمایش می‌گذارید نمتنها باعث افزایش جذابیت آن می‌شود بلکه مخاطبان شما نیز حقیقی بودن برند شخصی شما را احساس می‌کنند و این کار باعث بیشتر مورد توجه قرار گرفتن آن می‌شود.

در زیر ترفندها و نکاتی را با شما به اشتراک می‌گذاریم تا یاد بگیرید که چطور از شخصیت‌تان در برندینگ شخصی خود استفاده کنید و یک استراتژی موفق برای این منظور داشته باشید.

سرگرمی‌های تان را به‌عنوان بخش قابل ملاحظه از برندتان استفاده کنید

علاقه شخصی‌تان به یک تیم ورزشی خاص، سینما، جمع‌آوری سکه یا هر نوع سرگرمی‌ای که به آن می‌پردازید می‌تواند راهی برای ترکیب برند شخصی شما با زندگی شخصی‌تان باشد. به‌طور مثال می‌توانید در وبلاگ شخصی، صفحات اجتماعی یا قسمت درباره من وبسایت‌تان این سرگرمی‌ها را به اشتراک بگذارید.

این کار باعث می‌شود که شما واقعی‌تر و جالب‌تر به نظر برسید، همچنین باعث افزایش تعامل با مخاطبان‌تان و همچنین برگ برنده‌ای در مقابل رقیبان‌تان است.

خانواده خود را نیز وارد کنید

اگر ازدواج کرده‌اید و فرزند دارید، خانواده شما بخش مهمی از زندگی شما هستند. آنها را هم وارد برند شخصی خود کنید، از قرار دادن عکس‌های خانوادگی خود در اینستاگرام و شبکه‌های اجتماعی دیگر دریغ نکنید. خانواده خود را وارد پروسه برندینگ شخصی خود کنید، زیرا این کار باعث می‌شود برند شما نسبت به برندهای تک‌بعدی دیگر بهتر و واقعی‌تر ظاهر شود.

خجالتی نباشید

بسیاری از افراد از اینکه ایده‌ها و نظرات خود را به اشتراک بگذارند خجالت می‌کشند. قبل از ارائه هر مطلبی، اطمینان حاصل کنید که این مطلب توهین‌آمیز نباشد و سپس خجالت را کنار بگذارید و ایده‌های خود را مطرح کنید. با این کار شما جالب‌تر و جذاب‌تر دیده خواهید شد و این را هم بدانید که مشتریان شما بیشتر به دنبال واقعیت در شما هستند و این کارتان باعث می‌شود که واقعی جلوه کنید.

به روز نگه‌داشتن ایمیل‌ها، وبلاگ شخصی و همچنین پروفایل‌های‌تان در شبکه‌های اجتماعی نیز ایده خوبی برای به نمایش گذاشتن شخصیت‌تان است. بسیاری از افراد معتقدند که برند شخصی آنها باید کاملا استریل، پاک و تک‌بعدی باشد. این کار آسان نیست! یک برند شخصی مؤثر بر پایه شخصیتی قدرتمند ساخته شده است، پس اگر یک شخصیت قوی دارید نگران از بین رفتن برندتان نباشید و همانطور که در ابتدا گفته شد خودتان باشید و نگذارید اعتقادات دیگران باعث سست شدن‌تان شود.

منبع: Fast Company

معرفی استارت‌آپ

نخستین اپراتور پیام صوتی

نام استارت‌آپ: آوانک
وب سایت: avanak.ir
سال تأسیس: ۱۳۸۶
موضوع: تولید زیرساخت‌های ابزارهای ارتباطی و مدیریتیتی
توضیح بیشتر:
آوانک نخستین اپراتور پیام صوتی در ایران است که با گسترده‌گی زیرساخت‌های مخابراتی توانایی برقراری تماس و ارسال صدای شما به صورت هم‌زمان برای انبوهی از مخاطبان تلفن ثابت و همراه فراهم کرده است.

تبلیغات خلاق



برای مطالعه ۷۹۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

آیا رئیس دفتر همان منشی است و منشی همان کسی که مسئولیت دفتر یک شرکت یا سازمان را بر عهده دارد؟

رئیس دفتر منشی نیست

بی تردید رئیس دفتر با منشی تفاوت‌های اساسی دارد. رئیس دفتر مدیری توانا در برنامه‌ریزی و هدایت امور شرکت یا سازمان است که با استفاده از دانش و تجربه خود بخشی از مسئولیت‌های مدیریت را بر عهده می‌گیرد؛ در صورتی که منشی مجری دستورات مدیر است و نمی‌تواند تصمیم‌گیری یا تصمیم‌سازی کند. رئیس دفتر به‌گونه‌ای محرم اسرار شخصی و اداری مدیرسازمان است، از این رو می‌تواند در بسیاری از امور با نظر شخصی دخالت کند و امور را به سمت و سویی که منافع سازمانی حکم می‌کند پیش ببرد. در واقع رئیس دفتر در رفتار و گفتار و تصمیمات مانند مدیر است و دستورات او مثل مدیر قابل اجراء است.

رئیس دفتر یک شرکت بزرگ یا سازمان دارای ویژگی‌های متعددی است که به چند مورد آن اشاره می‌کنیم.

اول: از نظر شخصیتی رئیس دفتر فردی هوشمند است که با اعتماد به نفس کامل از دانش و تجربه خود برای پیشبرد امور سازمان استفاده می‌کند. بنابراین روابط عمومی خوب داشتن، اعتماد به نفس بالا، رعایت اخلاق در گفتار و کردار، مصمم بودن، دلسوز بودن و هوشیار بودن از ویژگی‌های اولیه یک رئیس دفتر است.

دوم: از نظر اداری رئیس دفتر باید اطلاعات جامع و کاملی از امور اداری سازمان و قوانین و مقررات، دستورات‌العمل‌ها و آیین‌نامه‌های داخلی داشته باشد تا

در زمان مقتضی اقدام شایسته انجام دهد. **سوم:** ویژگی سوم رئیس دفتر قدرت تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در غیبت مدیر است. او باید از دانش و اطلاعات و تجربه و اعتماد به نفس خود برای پیشبرد کارها استفاده کند.

چهارم: از ویژگی‌های دیگر یک رئیس دفتر سه‌صدر و ظرفیت بالای او در رویارویی با مشکلات سازمانی و فردی است. او باید بتواند با تدبیر و تجربه و دانش در برخورد با افراد مختلف رفتارهای منطقی و درستی از خود بروز دهد و پاسخگوی سوالات مردم باشد.

بنابراین با ذکر همین چند ویژگی می‌توان متوجه شد که رئیس فتر با منشی یک شرکت تفاوت‌های بنیادین دارند.



ایجاد جذابیت برند در تولید محتوا برای ارتقای ترافیک سایت

استفاده از توضیحات عکس (Caption)

در محتواهای تصویری حتماً از توضیحات مختصر عکس استفاده کنید. مخاطبان زمانی که توضیحات کوتاه عکس‌ها را می‌خوانند بسیار مشتاق‌تر می‌شوند تصاویر دیگری را مرور کنند.

استفاده از ویدئو یک مزیت است

تصاویر و متون به تنهایی همه خواسته‌های مخاطب را در بر نمی‌گیرند. از ویدئوهای جذاب و پر قدرت استفاده کنید و پیام خود را به‌صورت غیرمستقیم و مستقیم به سمع و نظر مخاطب برسانید. ویدئوهای شما می‌تواند آموزشی و سرگرم‌کننده یا داستان‌سرایی از خط تولید محصولات یا روند خدمات، چگونگی تکنولوژی محصولات یا حتی مصاحبه‌ها و رویدادهای برند شما را به تصویر بکشد. در آخر حفظ کیفیت تصاویر، ویدئو و خوانایی متون را در صفحه وبسایت‌تان فراموش نکنید که این موضوع به تنهایی ۵۰ درصد به بازنشر محتوای سایت کمک می‌کند.

تخته سیاه

دلنوشته‌های یک کارآفرین (۲۴)

آفت‌های زمانی

پارسا امیری

کارشناس فروش

در کسب‌وکار هر آدمی آفت‌هایی وجود دارد که زمان را از بین می‌برد و کاسب را با بحران روبه‌رو می‌کند.

الف) تلفن و موبایل

اگر به یک کار و کاسبی موفق فکر می‌کنی مدت زمان استفاده از گوشی موبایل را به حداقل برسون. بعضی وقتا آدم می‌ره مغازه می‌بینه طرف نشسته پشت دختل و داره چت می‌کنه یا تو تلگرام و اینستاگرامه. اگر قرار باشه صبح تا غروب سر یه فروشنده یا کاسب تو موبایل و وایبر و تلگرام باشه اون از همین الان بگم بدخته.

یک روز به اتفاق خانمم رفتیم برای تولد پسرم اسباب بازی بخیریم. وارد فروشگاه شدم و سلام کردم. فروشنده که مرد تقریباً میانسالی بود به محض ورود ما سرشو بلند کرد و جواب سلام ما رو داد و دوباره سرش رفت تو موبایلش. ما کلی مغازه بزرگشو گشتیم اما چیزی رو که می‌خواستیم پیدا نکردیم.

ایشون رو صدا کردم و گفتم ببخشید جناب، شما آدمک‌های کشتی کج دارین؟ از دور بدون اینکه سرشو بلند کنه داد زد: انتهای قفسه سمت راست. خیلی بهم برخورد. به خانمم گفتم بیا بریم. دم در گفتم به خدا هیچ جای دنیا این جوری با مشتری برخورد نمی‌کنن. فروشنده که آدم مهربون و خنده‌رویی بود با تعجب نگاه کرد و گفت شرمنده! چیزی شده؟ گفتم ای بابا ما الان ۱۰ دقیقه تو مغازات داریم می‌گردیم تو از جات تکون نخوری. به سوالای ما جواب نمی‌دی. تو انگار داری بازار بورس را رصد می‌کنی. انگار نه انگار فروشنده‌ای. عذرخواهی کرد و متوجه اشتباهش شد اما برای اینکه عذری بیاره خندید و گفت: بازی کلتش..... واقعا

بازی خوبیه. باهاش خداحافظی کردم و ازش هیچ چی نخریدم. این یک نمونه از اتلاف وقت یک فروشنده و کاسبیه. گوشی‌های همراه امکان مناسبی برای تجارت و کسب‌وکارند، اما اگر از اونها استفاده تفریحی بشه کل زمان رو از دست می‌دی و نمی‌تونی آخر شب دو تومن تو دخلت پول بیاری. بعضی‌ها نافشونو با موبایل بستن. شب و روز تو گوشی دارن یا چت می‌کنن یا پیام می‌فرستن. یه دوست نویسنده جوونی دارم که خیلی

با هوش و زیرک و قلم خوبی داره و تا حال چند تا رمان و داستان کوتاه منتشر کرده. این جوون از همه جهت کارش خوبه، اما یکی از کاراش که واقعا باعث می‌شه نتونه از توانایی و قلمش به خوبی استفاده کنه بازی کردنش با موبایله. قبل از اینکه کتابی منتشر کنه

پهش گفتم اگر می‌خوای نویسنده خوبی بشی و دیگران برای حرف و قلمت احترام قائل بشن باید در وهله اول خودت برای خودت و زمانت ارزش قائل بشی. با این شیوه که هر روز تو فیس‌بوک و فضاهای مجازی باشی نمی‌تونی نویسنده حرفه‌ای بشی. آخه کدوم نویسنده حرفه‌ای میاد وقت‌شو برای دیدن و شنیدن چیزهای

سطحی تلف کنه. اگر بشه از این فضا به شکل تخصصی استفاده بکنی خیلی هم خوبه می‌تونی ۱۰ نفر نویسنده در این فضا با هم جمع بشین و نوشته‌هاتون رو بهم نشون بدین تا به خوبی نقد بشه، اما اگر عشقت اینه که ۱۷۰ تا کامنت داشته‌م و هزار تا فالوور دارم کارت زاره. این دوست جوون من حرف مرا گوش کرد و تونست در مدت یک سال یک رمان و یک مجموعه داستان خیلی خوب بنویسه و منتشر کنه.



ب) تلویزیون

از بیسن آدم‌های موفق و کاسب‌های ثروتمند چند درصد بیش از یک ساعت در روز تلویزیون نگاه می‌کنند؟ ناف بعضی‌ها رو هم با تلویزیون بستند و تو مغازه هم تلویزیون می‌ذارن. نمی‌دونم واسه چی این کارو می‌کنن. اگر برای مشتری، خب مشتری مگه قرار بیاد اینجا بشینه و تلویزیون نگاه کنه. اگر می‌خواست تلویزیون نگاه کنه خب تو خونه می‌نشست و نگاه می‌کرد. اون اومده چیزی بخره و شما هم قراره چیزی بفروشید. پس شما نباید تو مغازه‌تون تلویزیون داشته باشین.

گاهی وقتا می‌ریم تو سوپرمارکت باید سه بار طرف رو صدا کنیم تا متوجه شه که آقا ما اومدیم مثلا پنیر دنیا نیست.

تو اگر به کارت علاقه داری و می‌خوای پولدار بشی باید دور تلویزیون دیدن رو خط بکشی، حتی تو خونه هم نیگا نکن. فقط ششی یک ساعت، اونم یه برنامه که بتونه کمی حالت رو خوب کنه.

خیلی از مغازه‌دارای عزیز ما نمی‌دونن که اینا آفت کارشونه و همین جور یکی یکی مشتری رو می‌برونه. تلویزیون آفت وقته. وقت تو باید فقط برای کارت صرف بشه. پنج سال ۱۰ سال این جوری کار کن اون وقت می‌تونی به جای روزی یک ساعت، روزی سه ساعت استراحت کنی.